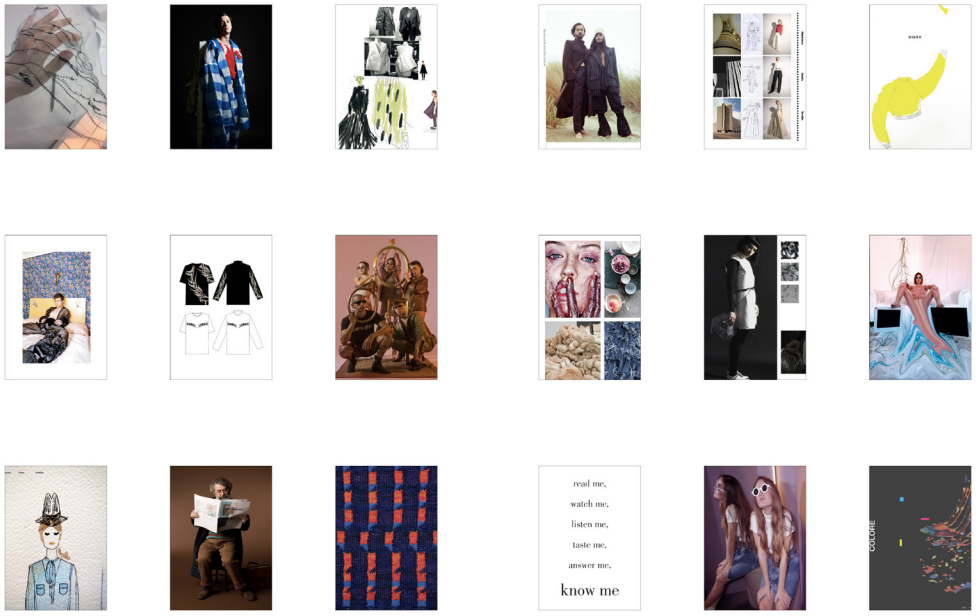
PAOLO FRANZO

# IL FASHION PORTFOLIO COME GIARDINO DELLE IDENTITÀ

Una ricerca nell'ambito dei corsi di laurea in design della moda




UNIVERSITÀ IUAV DI VENEZIA

# IL FASHION PORTFOLIO COME GIARDINO DELLE IDENTITÀ

Una ricerca nell'ambito dei corsi di laurea in design della moda

Università Iuav di Venezia

Dottorato in Architettura, città e design
Curriculum Scienze del design
Coordinatrice: Raimonda Riccini
Ciclo XXXI
Aprile 2019

Dottorando: Paolo Franzo
Relatrice: Alessandra Vaccari

# INDICE


INTRODUZIONE 7

1. FASHION PORTFOLIO COME OGGETTO DI STUDIO 11

1.1 Oggetto, quesiti e obiettivi della ricerca 11
1.2 Inquadramento teorico: fashion portfolio come giardino 14
1.3 Le identità 19
1.3.1 Identità narrativa 20
1.3.2 Identità sociale 21
1.3.3 Identità in rete 24
1.3.4 Identità progettuale 26
1.4 Metodologia 28
1.5 Fonti e analisi critica della letteratura sul portfolio 31
1.5.1 Definire il portfolio 33
1.5.2 Realizzare il portfolio 36
1.5.3 Narrazione 39
1.6 Il portfolio nelle scuole di moda 43
Conclusioni 48

2. IL DISEGNO DELLA RICERCA SUL CAMPO 53

2.1 La ricerca sul campo 53
2.2 Contesti 54
2.2.1 Università Iuav di Venezia 58
2.2.2 Politecnico di Milano 59
2.2.3 Un confronto internazionale: EASD di Alcoi 59
2.3 La formazione di moda in Italia 60
2.4 Focus group 61
2.5 Interviste 63
2.6 Workshop 65
2.6.1 Workshop SELF 65
2.6.2 Workshop ALIUS 68
Conclusioni 70

3. SULLE PAROLE 73

3.1 Interpretare il portfolio 73
3.1.1 Portfolio come biglietto da visita 74
3.1.2 Portfolio come opportunità formativa 75
3.2 Distanza temporale 76
3.3 Chi è l'autore del portfolio? 78
3.4 Contenuti 84
3.5 Processi 86
3.5.1 Sequenze 87
3.5.2 Disciplinare il portfolio 88
3.5.3 Post-produzione e progetto collettivo 90
3.6 Formati 92
3.6.1 Cartaceo 93
3.6.2 Digitale 93
Conclusioni 97

4. SULLE IMMAGINI 101

4.1 Atlas 101
4.2 ATLAS / Instagram 105
4.3 ATLAS / Workshop SELF 119
4.4 ATLAS / Workshop ALIUS 211

5. SULLA DIDATTICA 225

5.1 Instagram 225
5.2 Workshop SELF – portfolio iniziale 229
5.3 Workshop SELF – tavoli 231
5.4 Workshop SELF – portfolio finale 235
5.5 Workshop ALIUS 241
Conclusioni 246

CONCLUSIONI 249

BIBLIOGRAFIA 253

# INTRODUZIONE

In diverse occasioni mi è stato chiesto quali motivi mi avessero spinto a sviluppare un'indagine sul portfolio degli studenti di fashion design, da molti considerato un oggetto utile a intraprendere un'esperienza professionale, ma non così interessante da dedicare una ricerca di dottorato. Nemmeno io avevo colto fin da subito la complessità, i temi e le questioni che si intrecciano al suo interno.
Il mio interesse verso il portfolio non è scattato all'improvviso, non è maturato a partire da certezze consolidate. È stato un lento avvicinamento, una curiosità verso un oggetto "strano", sfuggente, poco discusso e valorizzato, anche se fondamentale nel percorso formativo e professionale di un progettista.
Dal 2014 ho avuto l'opportunità di collaborare alla didattica dei corsi di laurea in moda dell'Università Iuav di Venezia; ho affiancato vari docenti all'interno dei laboratori di progettazione, seguendo studenti di diversi anni, sia al corso di laurea triennale che magistrale. Ogni esperienza si è rivelata unica: differenti sono stati l'approccio dei docenti, le richieste e gli input forniti per lo sviluppo dei progetti, le metodologie adottate, le relazioni tra studenti e insegnanti, i risultati ottenuti. Alcune volte ho ritrovato le stesse classi con docenti diversi, osservando come alcuni studenti modificassero completamente le modalità progettuali e di conseguenza gli esiti, altri duplicassero l'approccio precedente sviluppando progetti molto simili, altri ancora si lasciassero guidare dai diversi docenti mantenendo però una traiettoria chiara. Sono iniziati lentamente i primi interrogativi: come sarebbe stato possibile per questi studenti sintetizzare il proprio percorso formativo, così personale e frammentato, in un elaborato grafico unitario? In che modo avrebbero potuto raccontare esperienze molto diverse, a volte contrastanti o apparentemente poco coerenti, ottenendo un risultato compatto, chiaro e convincente? Come avrebbero presentato quei progetti che ai loro occhi fossero risultati poco validi, magari rispondenti alle richieste di un docente di cui non condividevano l'approccio e le indicazioni?
Questi interrogativi si sono moltiplicati nel momento in cui uno dei docenti, invece di guidare gli studenti nello sviluppo di un progetto di collezione, ha chiesto di progettare una sequenza di immagini, bozzetti, appunti, tessuti e foto che rappresentassero la loro identità e che assumessero la forma di un portfolio. L'elaborato richiesto – da presentare come fascicolo stampato – avrebbe dovuto raccontare chiaramente l'approccio progettuale dello studente in sua assenza a un gruppo di persone sconosciute. Questo esercizio ha ribaltato la prospettiva, non considerando il portfolio una sintesi di progetti realizzati, ma un nuovo progetto da legare saldamente all'identità dello stu-

dente, in cui collocare frammenti di esperienze.
Attraverso il confronto con gli studenti in questi anni, ho registrato spesso le perplessità e i dubbi riguardo alla progettazione del portfolio, gli interrogativi su quanti e quali progetti includere, quali escludere, che tipo di materiali considerare e in che ordine disporli; ho compreso le difficoltà di realizzare un elaborato che li soddisfacesse, che rispecchiasse il loro approccio al progetto, i loro punti di forza, la loro identità. Ho potuto constatare quanto nel portfolio si palesi il rapporto conflittuale e spesso irrisolto tra libertà creativa e inquadramento accademico, tra standard e unicità, tra espressione di una comunità e individualità; all'interno dell'ambito formativo, infatti, la creatività viene necessariamente disciplinata, normalizzata e standardizzata attraverso modelli che lo studente subisce in modo più o meno dichiarato dalla scuola.
L'idea che il portfolio di moda sia un oggetto più complesso di quanto comunemente considerato, essenziale nel percorso formativo di uno studente e degno di essere indagato in modo approfondito, ha trovato conferme durante la mia esperienza come coordinatore del corso di perfezionamento *Bag Design and Accessories Development*,[1] organizzato dallo Iuav in collaborazione con Bottega Veneta, sotto la responsabilità scientifica di Mario Lupano. Il corso era rivolto a 12 studenti da individuare tra oltre 100 domande di ammissione; la selezione dei candidati da ammettere al colloquio è avvenuta attraverso la valutazione del loro portfolio e ho così potuto verificare quanto questo delineasse in pochi istanti un'immagine dell'autore agli occhi dell'interlocutore, quanto comunicasse un senso di chiarezza e consapevolezza progettuale o lasciasse trasparire incertezza e confusione. Attraverso il colloquio successivo gli studenti a volte sono risultati perfettamente in linea con l'idea di loro emersa dal portfolio, in altri casi sono sembrati più o meno convincenti, altre volte sono apparsi distanti ed estranei dall'elaborato presentato. Il portfolio si è dimostrato in grado di delineare una precisa identità del suo autore, più della somma dei singoli progetti.
Queste esperienze mi hanno condotto alla decisione di incentrare questa ricerca sul portfolio degli studenti di fashion design, considerato non semplicemente un riassunto dei progetti realizzati, ma un nuovo progetto attraverso cui ricomporre, come frammenti, i diversi esercizi progettuali sviluppati durante il percorso formativo.
La complessa varietà di casi osservati in prima persona mi ha fatto escludere, fin da subito, l'ipotesi di arrivare a definire un «manuale sul portfolio», uno strumento didattico in grado di fornire risposte a studenti, un metodo per la realizzazione dell'elaborato perfetto. Ugualmente ho abbandonato fin dall'inizio l'idea di analizzare tutte le situazioni possibili, di mappare completamente una realtà e di sviluppare un'indagine quantitativa: il disegno della ricerca si è caratterizzato come un'esplorazione qualitativa sul portfolio, focalizzato su alcuni studenti e su alcuni contesti a cui ho avuto accesso, per meglio andare in profondità e affrontare la complessità di temi e azioni che lo caratterizzano. Nello specifico ho deciso di sviluppare la ricerca all'interno

[1] Le edizioni del corso di perfezionamento che ho coordinato si sono tenute durante l'a.a. 2014-15 e 2016-17.



di due università pubbliche italiane, oltre a una prima apertura all'estero, per contribuire al nascente dibattito, ancora poco strutturato, sull'insegnamento pubblico del progetto di moda in Italia.
Come nel portfolio sono presenti le tracce del percorso compiuto dal suo autore, così questa ricerca si è sviluppata anche grazie alle mie esperienze formative e professionali; la laurea in architettura, con una specializzazione in paesaggio, e un'attività professionale suddivisa tra progetto di giardini, fashion design e didattica della moda mi hanno condotto a interrogarmi costantemente sulla connessione tra le diverse dimensioni progettuali e a individuare simili modalità di azione, di narrazione, di legame con identità e riferimenti. La similitudine tra portfolio e giardino, dichiarata già nel titolo, non è una semplice suggestione, ma aiuta a descrivere e a comprendere la complessità dell'oggetto di indagine, attraverso l'individuazione di caratteristiche e azioni simili. In parallelo sintetizza anche la trasversalità disciplinare di questa ricerca: l'indagine si concentra su uno specifico portfolio, quello degli studenti di fashion design, ma ritengo che i temi emersi possano ugualmente interessare altri ambiti del progetto.
La tesi si struttura in cinque capitoli. Il primo definisce l'oggetto della ricerca insieme alle domande, le ipotesi e gli obiettivi che muovono l'indagine, l'approccio metodologico e l'inquadramento teorico che caratterizza il lavoro; viene inoltre analizzata la letteratura esistente e il ruolo del fashion portfolio all'interno di alcuni corsi di laurea internazionali. Il secondo capitolo si concentra sul disegno della ricerca sul campo, individuando i casi studio e descrivendo in modo dettagliato le varie attività previste: focus group, interviste e workshop.
I risultati di questo lavoro vengono presentati e analizzati nei tre capitoli successivi. *Sulle parole* si concentra sulle opinioni di studenti, docenti e professionisti raccolte durante focus group e interviste in merito all'oggetto di indagine e all'inquadramento teorico delineato. *Sulle immagini* è costituito da tre atlanti che descrivono l'azione di ogni studente coinvolto nei workshop, presentando e analizzando il portfolio iniziale, il lavoro sulle immagini condotto in aula e il portfolio finale; trova inoltre spazio l'analisi dei profili Instagram degli stessi studenti, per estendere la riflessione a diverse modalità di narrazione di sé. L'ultimo capitolo, *Sulla didattica*, interseca i risultati ottenuti durante i workshop ed evidenzia i temi emersi in relazione all'impianto della ricerca.

# 1 FASHION PORTFOLIO COME OGGETTO DI STUDIO

In questo capitolo viene definito l'oggetto della ricerca, insieme ai quesiti e gli obiettivi che muovono l'indagine: il portfolio degli studenti di fashion design, strumento complesso, multiforme e in continua evoluzione. La ricerca sostiene che il portfolio non sia solo una sintesi di progetti realizzati, ma un progetto autonomo nel quale assumono un ruolo cruciale la dimensione temporale e il contesto in cui l'autore agisce; per questo è necessario evidenziare le componenti coinvolte nel portfolio, la sua complessità, le differenti voci contenute e le opportunità offerte. Secondo l'ipotesi di ricerca qui avanzata, infatti, non è possibile considerare il portfolio uno strumento di sintesi; al contrario va inteso e quindi analizzato come occasione di esplorazione progettuale e di scoperta identitaria.
Successivamente viene delineato l'inquadramento teorico della ricerca, che definisce il portfolio come un giardino delle identità, un luogo protetto, ma non isolato, uno spazio delimitato da un margine poroso che non impedisce uno scambio continuo tra interno ed esterno, tra lo studente e il contesto, quest'ultimo descritto come un dispositivo. Il progetto del portfolio guida lo studente in un percorso di ricerca e autoconsapevolezza, consentendo la definizione – e invenzione – di molteplici identità che si depositano nel portfolio stesso: identità narrativa, sociale, in rete e progettuale.
In seguito viene definita la metodologia individuata per indagare l'oggetto di studio, un approccio ibrido nel quale i fashion studies, la cultura visuale, la cultura materiale e l'antropologia consentono di concettualizzare il portfolio da diverse prospettive, sia nella sua dimensione materiale che in quella immateriale.
Il capitolo si conclude attraverso il confronto con i ricercatori che si sono già occupati del fashion portfolio; vengono analizzate le modalità con cui la letteratura esistente lo definisce, ne descrive i processi di realizzazione ed evidenzia la connessioni con le dinamiche narrative, temporali e identitarie. A questa perlustrazione segue una mappatura del ruolo del portfolio all'interno di alcune scuole di moda internazionali.

## 1.1 Oggetto, quesiti e obiettivi della ricerca

Il portfolio degli studenti di fashion design, oggetto di questa analisi, è un elaborato grafico che raccoglie, seleziona e racconta i progetti da loro sviluppati durante il percorso formativo.[1] Anche se in alcuni casi il termine portfolio viene utilizzato per identificare la presentazione di una singola esperienza progettuale, questa ricerca si concentra sulle modalità con cui uno studente mette in relazione progetti realizzati in momenti diversi; raccoglie i materiali prodotti nel corso della sua formazione (immagini di riferimento, schizzi, bozzetti, testi, disegni tecnici, tessuti, texture, dettagli, prove di lavorazione, cartamodelli, prototipi in tela, still life e shooting fotografico dei capi realizzati); decide quali includere e quali escludere; li dispone in una sequenza e struttura una narrazione.
Nel sistema della moda, il portfolio è uno strumento essenziale, richiesto a ogni candidatura, presentato a ogni colloquio, sia che si tratti di una posizione lavorativa, di un concorso o dell'ammissione a un corso di laurea; spesso

[1] Nel corso della tesi saranno utilizzate con la stessa valenza le diciture «portfolio» e «fashion portfolio» per riferirsi al portfolio degli studenti universitari in design della moda, salvo dove espressamente specificato.

è l'unico elemento a disposizione dei valutatori per la selezione tra diversi soggetti. Tuttavia, la riflessione teorica sviluppata in ambito accademico attorno al portfolio è tuttora molto limitata e la ricerca si propone di colmare almeno in parte questa lacuna. A sottolineare la mancanza di un'adeguata attenzione al portfolio, va evidenziato che spesso non è nemmeno previsto un corso specifico all'interno della struttura didattica dei corsi universitari di Design della moda e, se presente, affronta quasi esclusivamente le questioni relative al progetto grafico del portfolio, come si vedrà nei paragrafi successivi.
La decisione di strutturare una ricerca attorno al fashion portfolio deriva, come si è detto, dall'ipotesi che non possa essere considerato solo una sequenza ordinata di progetti o una visualizzazione del curriculum; il portfolio è un oggetto molto complesso, multiforme, in continua evoluzione e, proprio per questo, diventa fondamentale indagarlo, sia come oggetto fisico, sia nella sua dimensione immateriale, ovvero mettendo in evidenza gli aspetti identitari dell'autore, gli effetti del contesto sul singolo e il rapporto con la dimensione temporale.
Riflettere sul portfolio significa interrogarsi sulle modalità con cui viene realizzato, su quali materiali sia opportuno inserire e quali escludere, quale ordine vada seguito, quali siano le aspettative degli interlocutori nella valutazione di un portfolio, se e come vada modificato a seconda del destinatario; ma, soprattutto, uno dei primi quesiti che muove la ricerca è se il portfolio sia una raccolta di progetti realizzati o se possa essere considerato un nuovo progetto che prende avvio da esercizi progettuali conclusi. Di conseguenza, la ricerca si interroga sul ruolo dello studente rispetto al proprio portfolio, quanto lo domini e quanto sfugga al controllo, se il portfolio sia efficace sui possibili interlocutori esterni o se abbia ripercussioni anche sull'autore stesso, quanto il contesto condizioni – più o meno consapevolmente – l'autore, diventando coautore del portfolio.
È inoltre opportuno chiedersi se un modello di portfolio come quello cartaceo, codificato nel XX secolo, possa essere ancora efficace nel XXI secolo per catturare l'attenzione e il coinvolgimento dell'interlocutore o, invece, se sia necessario considerare nuove forme di narrazione. In questi anni, ad esempio, il portfolio viene veicolato sempre più spesso in formato digitale, inviato a destinatari che lo guarderanno e valuteranno davanti a uno schermo del computer o, addirittura, attraverso uno smartphone; non va inoltre trascurato il ruolo dei social network, che hanno rivoluzionato il modo di parlare di sé, a volte quasi in presa diretta, e diventa quindi necessario interrogarsi su quali siano le modalità più efficaci per raccontarsi agli altri.
La ricerca si concentra sul portfolio di un progettista di moda. La scelta di stringere in questo modo il campo d'indagine, senza considerare altri ambiti disciplinari artistici e progettuali, deriva dalla consapevolezza che le diverse discipline del progetto presentano delle specificità che non consentono di equipararle tra loro e collocarle sullo stesso piano d'indagine senza perderne le rispettive complessità. Il portfolio di un architetto, di un designer e di un fashion designer presentano indubbiamente aspetti comuni, ma anche rilevanti specificità. La moda, più di altre discipline, deve per esempio fare i conti con la sua transitorietà: una peculiarità che non solo si evidenzia negli output progettuali come gli abiti e le collezioni, ma che condiziona anche gli strumenti del progetto. Come evidenzia Mario Lupano nell'introduzione alla pubblicazione *Insegnare il design della moda*, esito di una giornata di studi sulla didattica del fashion design: «la moda […] è condannata a un processo di revisione permanente, che produce verità inevitabilmente parziali e provvisorie».[2] Un segnale evidente della provvisorietà caratterizzante il design della moda e della costante necessità di superare gli esiti di progetti precedenti è riscontrabile dal confronto tra i siti Internet di alcuni dei principali progettisti dell'architettura, del design, dell'arte e della moda. Mentre i primi mantengono visibili i progetti realizzati nel corso degli anni, pubblicando un archivio cronologico degli interventi sviluppati, i marchi di moda presentano esclusivamente le collezioni più recenti e, a volte, solo l'ultima;[3] questo evidenzia una delle peculiarità del design della moda, ovvero la necessità di evocare immagini sempre nuove, vive, dinamiche, superando le esperienze progettuali passate. La moda, riprendendo le parole di Maria Luisa Frisa, «è caratterizzata da un movimento costante che spinge a riaggiustare in continuazione lo sguardo».[4] Il fashion portfolio, di conseguenza, diventa il luogo in cui affrontare il rapporto conflittuale tra design della moda e dimensione temporale, cercando di attribuire una nuova contemporaneità a progetti superati.
Un ulteriore elemento che caratterizza il progetto di moda è quello di non riferirsi quasi mai a un solo oggetto, ma all'insieme di oggetti di una collezione che necessariamente si struttura intorno a una narrazione.[5] Uno studente di fashion design, infatti, non solo progetta ma spesso realizza ciò che ha progettato, si confronta con la dimensione materica e manuale; di conseguenza il portfolio richiede la manipolazione di diversi oggetti (testi, bozzetti, disegni tecnici, immagini, tessuti, texture, shooting fotografici) attraverso cui l'elaborato è strutturato.
A differenza di un fashion designer che lavora già da tempo all'interno dell'industria della moda, con un percorso che può procedere ed evolvere anche grazie al curriculum acquisito e i contatti instaurati, essere studenti o neo laureati implica sapersi raccontare unicamente a partire dai pochi progetti realizzati durante il corso di studi. Nel portfolio derivante da un percorso lavorativo già avviato, inoltre, confluiscono progetti realizzati grazie a molti professionisti, rendendo difficile isolare il lavoro del singolo; per gli studenti, invece, l'intero processo – dalla ricerca al bozzetto, dal disegno tecnico al cartamodello, dalle tele di prova alla realizzazione del prototipo definitivo – è spesso gestito in modo autonomo, evidenziando competenze, qualità e incertezze.
Si è deciso di coinvolgere in questa ricerca studenti di università pubbliche italiane, oltre a una prima apertura all'estero, perché ritengo che questo

[2] M. Lupano, A. Vaccari (a cura di), *Insegnare il design della moda*, Aracne, Ariccia 2014, p. 11.

[3] Siti Internet consultati il 13 marzo 2018: armani.com; balenciaga.com; bottegaveneta.com; dior.com; gucci.com; louisvuitton.com; prada.com; versace.com; anishkapoor.com; damienhirst.com; davidhockney.co; jeffkoons.com; davidchipperfield.com; fosterandpartners.com; jeannouvel.com; rpbw.com; karimrashid.com; novembre.it; patriciaurquiola.com; starck.com.

[4] M. L. Frisa (a cura di), *Desire and Discipline. Designing Fashion at Iuav*, Marsilio, Venezia 2016, p. 12.

[5] M. Lupano, A. Vaccari (a cura di), *Insegnare il design della moda*, cit., p. 14.

lavoro possa anche contribuire al dibattito appena iniziato, e ancora poco strutturato, sull'insegnamento pubblico del progetto di moda in Italia; l'indagine sul portfolio, infatti, pone inevitabili questioni sulla didattica, sulla necessità di dotare gli studenti di tutti gli strumenti necessari a entrare con sicurezza nel sistema della moda e muoversi efficacemente nel panorama professionale.
Questa ricerca non vuole trasformasi in un manuale didattico, non fornisce un modello universale per realizzare un portfolio corretto, ma ne vuole mettere in evidenza le componenti coinvolte, la complessità intrinseca, le diverse voci contenute e le opportunità offerte, incentivando una riflessione anche sulle possibili modalità di insegnamento e sulle discipline da coinvolgere per consentire a ogni studente di ritagliarsi un portfolio su misura in base alle proprie necessità. L'indagine mira a considerare il portfolio non uno strumento di sintesi e chiusura ma di esplorazione e scoperta, uno spazio di ricerca in cui provare a sciogliere nodi irrisolti e affrontare le tensioni che lo alterano costantemente. Indagare questo oggetto significa comprenderlo, saperlo insegnare e comunicarlo in modo efficace a tutti coloro che si confrontano e scontrano costantemente con il portfolio: studenti, ricercatori, docenti e aziende.

## 1.2 Inquadramento teorico: fashion portfolio come giardino

Nel paragrafo precedente il portfolio è stato definito genericamente come oggetto, elaborato e strumento. Diventa a questo punto necessario indiviuare un termine che aiuti a restituirne la complessità: essere in costante evoluzione; sfuggire al pieno controllo di chi lo progetta; nutrirsi del contesto in cui si sviluppa e acquisire senso in una prospettiva temporale.
Per questo risulta molto suggestivo, ma anche essenziale come supporto teorico per la ricerca, pensare al portfolio come un giardino. La similitudine assume efficacia considerando il giardino come uno spazio della biodiversità, un luogo in cui semi, bulbi, tappezzanti, arbusti, rampicanti, alberi convivono tra loro in simbiosi. Può essere progettato, ma il risultato non è del tutto controllato, poiché dipende da molteplici fattori e agenti. È delimitato sul piano orizzontale, ma non su quello verticale. Non è mai fisso e stabile, ma si sviluppa senza sosta. Nessun elemento predomina sugli altri e le differenti specie rendono il meglio di sé in momenti diversi e con cicli temporali propri. In ogni istante una pianta può seccarsi e scomparire, altre germogliare e crescere rigogliose. Questi elementi rappresentano una valida metafora delle dinamiche che caratterizzano il portfolio.
Il giardino cresce nel tempo, la dimensione temporale è una sua ragione d'essere; allo stesso modo il portfolio pone il suo autore di fronte a importanti questioni legate al rapporto tra passato, presente e futuro. È, infatti, l'occasione per rivedere a distanza di tempo il proprio lavoro, individuando nuovi significati ed evidenziando relazioni impreviste. Lo studente si trova nel presente a riconsiderare progetti superati e conclusi, alla ricerca di temi che possano proiettarlo in avanti attraverso traiettorie ancora poco definite; è necessario affrontare la difficoltà di osservare progetti del passato, distanti, spenti, spesso poco affini alla sensibilità sviluppata successivamente per ri-



attivarli e individuare possibili connessioni. Il portfolio richiede al suo autore di collocarsi alla giusta distanza – fisica e temporale – dai propri lavori, dal proprio archivio, per ricomporre le tracce lasciate durante il percorso compiuto, anche attraverso interventi di riprogettazione e post-produzione;[6] è un'azione costante di allontanamento e avvicinamento rispetto ai progetti del passato per osservarli con uno sguardo nuovo alla scoperta di nuovi temi e possibilità di sviluppo futuro.
Ritornando alla similitudine iniziale, è necessario ora provare a irrobustire l'idea del giardino come metafora del portfolio prendendo a prestito le parole di Gilles Clément, paesaggista e teorizzatore del giardino in movimento,[7] del giardino planetario[8] e del terzo paesaggio,[9] che definisce il giardino come un «recinto destinato a proteggere il meglio».[10] Questa visione nasce dalla considerazione che in tedesco il termine *garten* significa appunto recinto e, quindi, il giardino esiste in quanto spazio delimitato da un confine; è una fortezza, un luogo di protezione.[11] Ma sarebbe sbagliato pensare a quel recinto come un elemento che isola, che divide, che separa in modo definitivo; lo stesso Clément ha sviluppato molte sue teorie lavorando sui confini, pensandoli come elemento di connessione:

> Pensare i limiti come uno spessore e non come un tratto. Pensare al margine come a un territorio di ricerca sulle ricchezze che nascono dall'incontro di ambienti differenti.[12]

L'interesse di Clément per il margine, che non isola, ma mette in relazione interno ed esterno, dentro e fuori, con un suo spessore vitale, riprende il concetto di porosità formulato da Walter Benjamin in *Immagini di città*:

> L'architettura è porosa quanto questa pietra. Costruzione e azione si compenetrano in cortili, arcate e scale. Ovunque viene mantenuto dello spazio idoneo a diventare teatro di nuove impreviste circostanze. Si evita ciò che è definitivo, formato.[13]

Il recinto, dunque, si trasforma in un muro poroso, permeabile e penetrabile, che diventa un luogo performativo dove interno ed esterno si incontrano in modo imprevedibile. Il muro non è semplice superficie: separa e unisce. Riprendendo la riflessione sulla porosità sviluppata da Rita Messori, docente di estetica presso l'Università di Parma, i muri non delimitano lo spazio, semmai lo aprono, lo articolano, lo figurano; in tal modo figurano il nostro presente, la nostra vita, intessuta di spazio e tempo.[14]
Queste riflessioni sul margine risultano particolarmente utili alla ricerca per

---

[6] Cfr. N. Bourriaud, *Postproduction. Come l'arte riprogramma il mondo*, Postmedia, Milano 2004.
[7] Cfr. G. Clément, *Il giardino in movimento*, Quodlibet, Macerata 2010.
[8] Cfr. G. Clément, *Il giardiniere planetario*, 22publishing, Milano 2008.
[9] Cfr. G. Clément, Manifesto del terzo paesaggio, Quodlibet, Macerata 2005.
[10] G. Clément, *Il giardiniere planetario*, cit., p. 40.
[11] G. Clément, *Breve storia del giardino*, Quodlibet, Macerata 2012, p. 17.
[12] G. Clément, *Manifesto del terzo paesaggio*, cit., p. 62.
[13] W. Benjamin, *Immagini di città*, Einaudi, Torino 2007, p. 6.
[14] R. Messori, *La porosità dei muri. Su alcune analogie tra Walter Benjamin e Maurice Merleau-Ponty*, in «Ricerche di S/Confine», 2011, p. 274.

mettere in evidenza il carattere poroso del portfolio, il suo essere progettato dallo studente, ma in costante relazione con l'altro; è un luogo protetto ma non chiuso, in cui si intersecano, in modo anche imprevedibile e incontrollato, azioni e riflessioni provenienti dal contesto. Il portfolio registra queste tensioni, questi scambi, queste relazioni.
Il tema della porosità è stato ricondotto alla moda da vari autori, tra cui Eleonora Fiorani che in *Abitare il corpo* definisce la moda come:

> Un campo naturalmente ibrido: poroso verso l'esterno, pronto a captare, tradurre e rilanciare tutto ciò che si muove e muta, tutto ciò che ha a che fare con i cambiamenti di sensibilità e immaginario. Dà loro risonanza e li fa essere a suo modo.[15]

La riflessione di Fiorani sulla moda, sulla sua capacità di cogliere le mutazioni del suo tempo e dare loro forma, si può certamente applicare al portfolio, in quanto strumento capace di allinearsi alle variazioni di sensibilità e immaginario. Appare chiaro, quindi, come il giardino – il portfolio – non sia uno spazio isolato e recintato, ma avvolto in un tessuto di relazioni, confronti e contrasti che si depositano e lo modellano.
Ma cosa c'è oltre il recinto? Chi sono gli altri? Qual è il contesto in cui lo studente si forma?
Il portfolio e lo studente a cui appartiene sono inseriti in un territorio con cui avviene uno scambio perpetuo; semi che escono dal giardino, altri che arrivano e si depositano, alcuni non germogliano, altri attecchiscono, ma vengono presto estirpati, altri ancora crescono rigogliosi e contribuiscono a definire nuovi equilibri.
La formazione universitaria di uno studente in fashion design avviene attraverso un contatto continuo con altri studenti, docenti, professionisti della moda coinvolti nella didattica, aziende con cui vengono sviluppati progetti temporanei, realtà nelle quali viene effettuato un periodo di tirocinio; sono queste comunità temporanee, questo sistema di relazioni che permette all'individuo di maturare e progettare il proprio percorso. Per descrivere la dinamica formativa giunge un'altra preziosa visione di Gilles Clément, che evidenzia il carattere non esclusivamente gerarchico tra docenti e studenti:

> Le ragioni per insegnare appartengono al desiderio di conoscenza. […] L'edificio del sapere non corrisponde a una piramide il cui vertice è occupato da maestri e sapienti, ma a una brutta copia del cosmo, in cui le particelle si arricchiscono per contatto. Le energie disperse si assemblano, si allontanano, si mescolano in testi misteriosi, si illuminano le une nelle altre, sbagliano strada, sostano un istante sull'orizzonte.[16]

Ritengo importante sottolineare questo scambio continuo all'interno del contesto formativo, in cui ogni soggetto – studente o docente che sia – assorbe ed emana conoscenza, muovendosi ed entrando in contatto con gli altri in una visione circolare e non piramidale; non si tratta, però, di un movimento costante e regolare, ma interrotto da errori e soste.
Tuttavia le parole di Clément non sono sufficienti a descrivere le dinamiche

[15] E. Fiorani, *Abitare il corpo: la moda*, Lupetti, Milano 2004, p. 9.
[16] G. Clément, *Il giardiniere planetario*, cit., p. 76.



formative, i rapporti di forza presenti in una scuola e, soprattutto, sembrano lasciare spazio solo alla casualità degli incontri tra le particelle; credo, invece, sia importante evidenziare anche un ruolo più attivo del singolo all'interno della comunità, la consapevolezza di essere inserito in un contesto e la volontà di procedere lungo una traiettoria. Questa dinamica trova una valida sintesi nel termine dispositivo, secondo l'interpretazione di Gilles Deleuze che, in un convegno tenuto a Parigi nel 1988, lo mette in relazione con la traiettoria temporale, con il divenire della storia:

> Noi apparteniamo a dei dispositivi e agiamo in essi. La novità di un dispositivo rispetto a quelli precedenti, la chiamiamo la sua attualità, la nostra attualità. Il nuovo è l'attuale. L'attuale non è ciò che siamo, ma piuttosto ciò che diveniamo, ciò che stiamo divenendo, cioè l'Altro, il nostro divenir-altro. In ogni dispositivo, bisogna distinguere ciò che siamo (ciò che non siamo già più) e ciò che stiamo divenendo: ciò che appartiene alla storia e ciò che appartiene all'attuale. […] In ogni dispositivo dobbiamo districare le linee del passato recente e quelle del futuro prossimo: ciò che appartiene all'archivio e ciò che appartiene all'attuale, ciò che appartiene alla storia e ciò che appartiene al divenire.[17]

Questo pensiero porta dunque a considerare il contesto formativo come un dispositivo, un luogo in cui agire, muoversi, distinguere ciò che si è rispetto al proprio passato recente e al futuro prossimo; un territorio nel quale il soggetto confronta se stesso con la storia e l'attualità del divenire. In questa idea di dispositivo, la dimensione temporale risulta centrale, così come si è visto esserlo all'interno del portfolio stesso. Inserito in questo dispositivo lo studente è spinto a esplorare traiettorie inedite, scoprire spazi sconosciuti, come precisato da Deleuze:

> Sciogliere la matassa delle linee di un dispositivo significa ogni volta tracciare una carta, cartografare, misurare terre sconosciute; e questo è ciò che Foucault chiama la "ricerca sul campo". Bisogna disporsi su quelle linee che non soltanto formano un dispositivo, ma l'attraversano e lo spostano da nord a sud, da est a ovest o in diagonale.[18]

Ancora una volta la metafora del giardino appare utile a visualizzare l'idea dell'esplorazione evocata da Deleuze in rapporto al dispositivo, un luogo da scoprire, tracciare e cartografare, muovendosi liberamente alla scoperta di angoli inesplorati; il percorso formativo e il processo di realizzazione del portfolio, dunque, si sviluppano con simili dinamiche di casualità e di evoluzione parzialmente incontrollata. Questo processo di misurazione e tracciatura implica, però, un atteggiamento normativo, l'individuazione di regole prestabilite che definiscono criteri da adottare; molto più orientata su questi aspetti è, infatti, l'idea di dispositivo elaborata da Michel Foucault:

> Ciò che io cerco di individuare con questo nome è, innanzitutto, un insieme assolutamente eterogeneo che implica discorsi, istituzioni, strutture architettoniche, decisioni regolative, leggi, misure amministrative, enunciati scientifici, proposizioni filosofiche, morali e filantropiche, in breve: tanto del detto che del non-detto, ecco gli elementi del dispositivo. Il dispositivo è la rete che si stabilisce fra questi elemen-

[17] G. Deleuze, *Che cos'è un dispositivo?*, Cronopio, Napoli 2007, p. 29.
[18] Ivi, p. 12.

> ti. […] Ho detto che il dispositivo è di natura essenzialmente strategica, il che implica che si tratti di una certa manipolazione di rapporti di forza, di un intervento razionale e concertato nei rapporti di forza, sia per orientarli in una certa direzione, sia per bloccarli o per fissarli e utilizzarli.[19]

Questa interpretazione di dispositivo ci permette di comprendere ulteriori aspetti del rapporto tra studente e contesto formativo, che quindi – come insegna Foucault – non può essere pensato solo come un territorio libero in cui muoversi, ricercare e scoprire ma, contemporaneamente, è una struttura strategicamente regolata e controllata.
Credo sia, quindi, utile intersecare le due interpretazioni di dispositivo di Deleuze e Foucault per affermare che la scuola è normativa, impone una rete di regole al cui interno ogni studente prova a districarsi, a esplorare, a misurare e misurarsi; di conseguenza, più questo dispositivo è evidente e queste norme sono dichiarate, più il soggetto "controllato" può cercare di liberarsene e di superarle.[20] Il portfolio, di conseguenza, rappresenta per lo studente uno strumento importante attraverso cui districare questa rete, individuare una traiettoria e percorrerla.
Nel design della moda e, più in generale, nelle discipline del progetto questo continuo scontro tra libertà creativa e inquadramento accademico appare evidente e spesso irrisolto (e irrisolvibile); nell'ambito formativo la creatività tende necessariamente a essere disciplinata, normalizzata e standardizzata attraverso modelli che lo studente subisce in modo più o meno dichiarato dalla scuola.[21] Anche il portfolio di uno studente di design della moda, di conseguenza, è espressione di questo conflitto tra regola e creatività, tra standard e unicità, tra espressione di una comunità e individualità.[22]
Dopo un lento avvicinamento, la riflessione giunge così a toccare termini quali unicità e individualità, che ci conducono verso il cuore della ricerca: cosa cresce in questo giardino? Cosa viene coltivato? Con altre parole, cosa contiene il portfolio? Chi ne è l'autore? Cosa racconta?

[19] M. Foucault, *Dits et écrits*, Gallimard, vol. III, Parigi 1994, pp. 299-300, in G. Agamben, *Che cos'è un dispositivo?*, Nottetempo, Roma 2006, pp. 6-7.

[20] Sull'idea di scuola come dispositivo è utile un confronto con Rossi, Giannandrea e Magnoler: «È possibile identificare il dispositivo come uno spazio-tempo intenzionalmente predisposto dal docente per favorire la mediazione tra mondi e la mediazione tra scuola e mondo. È costruito in base a specifiche prospettive di colui che lo progetta, per supportare un cambiamento soggettivo. Si concretizza in una rete di strumenti, attività e vincoli, che danno vita a una partecipazione che a sua volta produce nuove conoscenze, routine, costruzioni di senso. Il focus del dispositivo è ravvisabile nella mediazione fra un prospettato dal docente e un realizzato dal soggetto e dal docente stesso mentre agiscono» (P. G. Rossi, L. Giannandrea, P. Magnoler, *Mediazione, dispositivi ed eterotopia. Dal situated learning al post-costruttivismo*, in «Education Sciences & Society», 2010, p. 109).

[21] Su questo aspetto si veda il testo *Desire and Discipline. Designing Fashion at Iuav*, pubblicato a cura di Maria Luisa Frisa in occasione del decimo anniversario del corso di laurea in Design della Moda all'Università Iuav di Venezia; il titolo rende evidente la continua tensione tra l'ambizione creativa dello studente e la necessità di seguire con rigore i processi suggeriti.

[22] In un articolo pubblicato nel 2012 su *Fashion Theory*, Amanda Bill analizza alcuni aspetti della formazione al progetto di moda evidenziando un modello didattico caratterizzato da «sangue, sudore e lacrime», ovvero da una creatività filtrata da duro lavoro e disciplina. Cfr. A. Bill, *'Blood, Sweat and Shears': Happiness, Creativity, and Fashion Education*, in «Fashion Theory», 16(1), 2012, pp. 49-66.



## 1.3 Le identità

La tesi mira a sostenere che nel portfolio confluiscono le identità dello studente: non una, ma molteplici. Queste identità non solo si depositano nel portfolio, ma il portfolio stesso ne consente la nascita e la definizione; una nascita intesa sia come scoperta ma, soprattutto, come invenzione.
L'identità è un tema a cui bisogna accostarsi con estrema prudenza; le connessioni tra identità e moda sono state ampiamente affrontate, discusse e criticate dai fashion studies, ponendo però attenzione principalmente sugli aspetti sociali connessi all'indossare e al comunicare la moda. Più limitata, invece, è l'indagine sul legame tra identità e progettazione della moda, tra identità e fashion designer. La ricerca vuole concentrarsi su questo aspetto, ovvero sull'individuazione delle identità del progettista attraverso il portfolio.[23]
Per orientarsi sul tema dell'identità considero importante iniziare da alcune considerazioni di Zygmunt Bauman, filosofo e sociologo polacco, contenute in *Intervista sull'identità*:

> La "identità" ci si rivela unicamente come qualcosa che va inventato piuttosto che scoperto; come il traguardo di uno sforzo, un "obiettivo", qualcosa che è ancora necessario costruire da zero.[24]

Emerge qui in modo dirompente la considerazione che l'identità non sia una caratteristica del soggetto da ricercare e scoprire, ma vada inventata e costruita dall'autore in base all'obiettivo che vuole perseguire. Bauman prosegue:

> Si compone la propria identità (o le proprie identità?) come si compone un disegno partendo dai pezzi di un puzzle, ma la biografia può essere paragonata solamente a un puzzle difettoso, in cui mancano alcuni pezzi. […] sul tavolo sono a disposizione tanti piccoli pezzi che speri di poter incastrare l'uno con l'altro fino a ottenere un insieme dotato di senso, ma l'immagine che dovrebbe emergere al termine del lavoro non è fornita in anticipo, e pertanto non puoi sapere per certo se possiedi tutti i pezzi necessari per comporla, se i pezzi scelti fra quelli sparsi sul tavolo siano quelli giusti, se li hai messi al posto giusto e se servono a comporre il disegno finale. […] L'intera impresa è *orientata ai mezzi*. Tu non parti dall'immagine finale, ma da una certa quantità di pezzi di cui sei già entrato in possesso o che ti sembra valga la pena di possedere, e quindi cerchi di scoprire come ordinarli e riordinarli per ottenere un certo numero (quante?) di immagini soddisfacenti. *Fai esperimenti con ciò che hai*.[25]

La similitudine tra costruzione dell'identità e composizione di un puzzle risulta un aiuto importante per la ricerca, perché descrive perfettamente anche l'azione che lo studente compie durante la progettazione del proprio portfolio; i singoli pezzi a disposizione – le immagini dei progetti realizzati in precedenza – vengono accostati e incastrati nel tentativo di comporre un quadro convincente. Inoltre la composizione dei frammenti produce imma-

[23] La ricerca si focalizza sul processo di costruzione del portfolio e sul suo ruolo rispetto al percorso formativo e professionale di uno studente, senza analizzare i contenuti e la qualità dei progetti. Per questo motivo è stato deciso di non considerare l'identità personale e culturale degli studenti.

[24] Z. Bauman, *Intervista sull'identità*, Laterza, Roma-Bari 2003, p. 13.

[25] Ivi, p. 55.

gini sempre diverse e nuove, con la conseguente considerazione che l'identità che emerge dal portfolio non possa essere unica.[26]
Per questi motivi ritengo necessario provare a isolare e denominare i diversi aspetti dell'identità che emergono dal portfolio. Nei paragrafi successivi analizzo l'identità narrativa, l'identità sociale, l'identità in rete e l'identità progettuale.

### 1.3.1 Identità narrativa

Il portfolio è una raccolta di esperienze progettuali che diventano parte di un racconto, di uno storytelling visivo. Attraverso questa narrazione emergono i riferimenti visivi dell'autore, i gusti, le competenze, l'approccio al progetto. Il ruolo dello storytelling è centrale nella moda contemporanea e, di conseguenza, nella formazione dei fashion designer, come dichiara Alessandra Vaccari:

> Le esperienze che lo storyteller racconta possono essere vere o inventate, proprie o di altri, ma tendono sempre a coinvolgere da un punto di vista emotivo chi le ascolta. [...] Nella cultura della moda contemporanea, la capacità di raccontare le proprie idee e di saper presentare un progetto sono considerate così importanti da essere entrate come elementi costitutivi nella formazione dei designer.[27]

Viene messa in evidenza la necessità che la narrazione provochi un coinvolgimento emotivo dell'interlocutore; come già emerso in merito al tema dell'identità delineato dalle parole di Bauman, la narrazione non deve necessariamente rispecchiare la verità, ma può essere costruita e inventata per consentire al suo autore di risultare più interessante agli occhi degli altri, per apparire migliore rispetto al contesto, per convincere l'interlocutore del proprio valore.[28]
Il portfolio è il luogo in cui lo storytelling dell'autore si dispiega nella sua complessità, abbracciando un arco temporale che gli consente di sperimentare, conoscersi e acquisire una maggiore consapevolezza progettuale; lo studente racconta i propri progetti e, contemporaneamente, racconta se stesso, ciò che è diventato. Paul Ricœur ha dedicato una parte del suo lavoro alla narrazione in relazione all'identità del singolo; sotto la forma riflessiva del "raccontarsi", l'identità si proietta come identità narrativa:

> Con "identità narrativa" intendo designare quella forma d'identità cui l'essere umano può accedere attraverso la funzione narrativa.[29]

[26] Sul tema dell'identità e sul suo essere in costante trasformazione si veda anche il testo di A. Maalouf, *L'identità*, Bompiani, Milano 2005.

[27] A. Vaccari, *La moda nei discorsi dei designer*, Clueb, Bologna 2012, p. 15.

[28] Si veda il lavoro di Suzie Norris-Reeves, ricercatrice e fashion designer. Nella sua tesi di dottorato, intitolata *Constructing a Narrative of Fashion Practice as Inquiry*, si interroga sulle modalità di narrazione del proprio lavoro, a partire dalla realizzazione di una collezione di otto outfit che ha documentato attraverso foto, video, disegni, appunti, riflessioni, bozzetti. In questo caso, però, l'indagine si sofferma su una sola esperienza, non sul processo che mettere in relazione un percorso più ampio con esiti spesso eterogenei. S. Norris-Reeves, *Constructing a Narrative of Fashion Practice as Inquiry*, tesi di dottorato, The Royal College of Art, 2014.

[29] P. Ricœur, *L'identità narrativa*, in «Allegoria», 60, 2009, p. 93.



Esiste quindi una relazione tra i caratteri dell'esperienza e quelli propri di un racconto e tra la narrazione e la costituzione del sé.[30] Se lo storytelling è anche invenzione di una narrazione, questa narrazione non solo racconta un'identità, ma la crea. Questa riflessione ci porta quindi a considerare il portfolio lo spazio in cui si può individuare l'identità narrativa dell'autore; la ricerca vuole verificare in che modo l'identità narrativa dello studente si manifesta nel proprio portfolio e, allo stesso tempo, come la modalità di costruzione della narrazione definisce l'identità narrativa.
Ricœur collega l'identità narrativa alla questione temporale, aspetto già emerso in precedenza e profondamente connesso al portfolio, e afferma che «l'io è percepibile attraverso l'interpretazione delle tracce che lascia nel mondo».[31] L'identità narrativa è l'occasione per raccontare a se stessi e agli altri ciò che si è oggi, il percorso compiuto e ipotizzare traiettorie future; in questo senso il passato assume il valore di traccia, da ricomporre e reinterpretare, il presente consente di maturare la consapevolezza di sé e disegnare il futuro, attribuendo un obiettivo e un significato alla propria esistenza.
Il portfolio di uno studente di moda può quindi essere considerato il giardino in cui emerge l'identità narrativa del suo autore, attraverso le modalità con cui i frammenti e le tracce dei progetti sviluppati durante il percorso formativo vengono ricomposti per raccontare, modificare o inventare l'immagine di sé. In questa operazione autoriale, però, un ruolo fondamentale è ricoperto dal lettore, dal pubblico; chiedendo nuovamente aiuto a Ricœur, il modo in cui noi ci raccontiamo dipende prima di tutto da come ci raccontiamo agli altri; è attraverso i racconti degli altri su di noi (e le reazioni degli altri ai nostri racconti, elemento esploso in modo evidente con i social network) che possiamo costruire il racconto di noi stessi. Con queste premesse è possibile provare a definire una seconda tipologia di identità che possiamo rintracciare nel portfolio: l'identità sociale.

### 1.3.2 Identità sociale

Spostando l'attenzione dalla narrazione sviluppata dall'autore al pubblico che la fruisce emerge un nuovo aspetto dell'identità e, di conseguenza, nuovi significati del portfolio. Il portfolio rappresenta uno specchio in cui l'autore si riflette, in cui si riconosce e decide più chiaramente come vuole apparire. Lo specchio dell'Io è un concetto largamente dibattuto, particolarmente sviluppato nel rapporto tra pittore e autoritratto. A questo proposito risulta utile il pensiero di Stefano Ferrari, docente di psicologia dell'arte, in merito al ruolo dell'autoritratto nella storia dell'arte:

> Queste opere rispondono spesso all'esigenza di testimoniare le varie tappe della carriera del pittore. [...] L'opera diventa allora la proiezione all'esterno del modo in cui l'artista ritiene di essere visto o di dover essere visto. In questo caso l'autoritratto non ha molto di intimistico e di soggettivo, ma è rivolto, ri-guarda gli altri o, per meglio dire, la relazione dell'artista con gli altri.[32]

[30] Cfr. M. Schechtman, *The Constitution of Selves*, Cornell University Press, Ithaca, 1996.

[31] P. Ricœur, *Tempo e racconto. Il tempo raccontato*, Jaca Book, Milano 1988, p. 379.

[32] S. Ferrari, *Lo specchio dell'Io. Autoritratto e psicologia*, Laterza, Roma-Bari 2002, p. 4.

E aggiunge:

> Ma in generale l'autoritratto [...] prevede una precisa intenzione sociale. Perché nessuno lascia una traccia di sé [...] se non pensando a qualcuno che lo dovrà vedere, osservare, oggi o domani.[33]

Ferrari dichiara in questo modo l'intenzione sociale dell'autoritratto, modellato in base al modo in cui l'autore vuole essere considerato, alla relazione che vuole instaurare; l'opera non assume i tratti della riflessione intimistica ma è uno strumento con cui l'autore suggerisce agli altri il modo in cui vuole essere visto.
Questa visione può essere estesa al portfolio, aggiungendo un ulteriore elemento alla complessità dell'oggetto di indagine; l'identità narrativa, descritta nel paragrafo precedente come esito di uno storytelling che ricompone le tracce depositate durante il percorso formativo di uno studente, assume ora anche i tratti dell'autoritratto, della relazione dell'autore con gli altri all'interno di comunità transitorie.
Ancora una volta arriva in aiuto Paul Ricœur, che dichiara come attraverso l'«interazione» e la relazionalità la persona si costituisce come tale. La relazione può assumere tutte le forme dell'interazione, da quelle conflittuali a quelle cooperative.[34] Tutte queste dinamiche, all'interno dell'ambito formativo, contribuiscono alla costituzione dell'identità. Il conflitto è necessario tanto quanto la collaborazione. Come evidenzia Gaetano Mollo rispetto agli aspetti pedagogici di Ricœur, il filosofo francese sostiene il valore e la funzione delle istituzioni, quali sono in primo luogo la famiglia e la scuola. È attraverso di esse che si può attuare la relazione con il «ciascuno» di noi, quale persona distinta, ma con la quale ci si può rapportare in forza del ruolo da essa svolto all'interno dell'istituzione stessa. Viene messa in dubbio l'idea repressiva e costrittiva delle istituzioni, evidenziando il ruolo di protezione e formazione.[35]
Risulta quindi evidente il ruolo fondamentale rivestito dalle relazioni nel processo di costituzione dell'identità del singolo; il conflitto e la cooperazione permettono all'individuo di modellarsi, di definirsi, di evolvere. Focalizzandoci sui soggetti protagonisti di questa ricerca, gli studenti di design della moda, si arriva a comprendere quanto il contesto formativo incida sull'identità del singolo, quanto lo protegga e lo condizioni.
La dinamica formativa è particolarmente interessante rispetto alla costruzione dell'identità del singolo e della stessa comunità, come evidenzia Pier Giuseppe Rossi, docente di didattica e pedagogia:

> La conoscenza non nasce né dalla teoria, né dalla pratica, ma da un gioco continuo di presenza e assenza, di distanziamenti e riattraversamenti. Mentre conosce, il soggetto modifica la propria identità personale e professionale; mentre costruisce mondi, costruisce se stesso come creatore di mondi; mentre conosce, modifica il proprio modo di conoscere. [...] La scuola, anche quando propone conoscenze situate, è un'eterotopia, uno spazio altro; essa si propone come spazio di esperienza e, contemporaneamente, di riflessione e di riorganizzazione dell'esperienza e dell'agire.[36]

Il percorso formativo così descritto appare come un processo di scoperta, di riflessione, di avvicinamenti e allontanamenti; non è lineare, ma si tratta piuttosto di un'esplorazione che consente di trovare la propria identità, modificandola continuamente. Nell'identità dello studente è quindi possibile individuare tracce dell'identità della scuola.
Se il portfolio può essere considerato il luogo in cui scoprire le identità dell'autore, di conseguenza è anche lo specchio del contesto formativo e di tutti coloro che si sono relazionati con lo studente, che depositano nel tempo frammenti di identità. Sarebbe tuttavia un limite considerare questa relazione unilateralmente: il contesto influenza il soggetto ma, allo stesso tempo, questo condiziona l'ambiente in cui agisce. Nel portfolio è possibile individuare le tracce delle relazioni del suo autore e le influenze subite ma, contemporaneamente, questo diventa motore di evoluzione per il contesto in cui si presenta.
Ricœur ribadisce inoltre la centralità della dimensione temporale anche nelle dinamiche sociali e relazionali dell'identità:

> Con la memoria e con la promessa la problematica del riconoscimento di sé raggiunge simultaneamente due sommità. L'una si volge verso il passato, l'altra verso il futuro. Ma vanno pensate insieme nel presente vivente del riconoscimento di sé, grazie ad alcuni tratti che esse possiedono insieme.[37]

Ancora una volta il pensiero si ricollega con agilità al portfolio, che secondo questa interpretazione consente al sé di riconoscersi ed essere conosciuto attraverso un'azione nel presente di connessione tra memoria e promessa, tra ciò che si era e si è progettato e ciò che si promette di diventare.
Come visto finora, Ricœur affronta le complesse dinamiche dell'identità nelle relazioni sociali, ma è il sociologo Erving Goffman che esplicita il concetto di identità sociale, utile a questa ricerca per definire gli aspetti relazionali e sociali che si intrecciano nel portfolio. La definizione di Goffman è, però, più focalizzata sulla messa in scena del sé; in *La vita quotidiana come rappresentazione*, l'autore descrive la società non come una creatura omogenea, ma come insieme di palcoscenici in cui rappresentiamo noi stessi in modo diverso. La rappresentazione del sé viene proposta o, meglio, "recitata" agli altri come una rappresentazione teatrale. Come sottolinea Pier Paolo Giglioli nell'introduzione all'edizione italiana, per Goffman la dialettica tra persona e ruolo, tra essere e fare, dietro la quale sembrerebbe trasparire la nostra soggettività più autentica, è in realtà imposta e regolata socialmente. Il sé, dunque, non si nasconde dietro gli eventi, ma è una formula mutevole per gestirsi tra essi. L'identità sociale emerge quindi attraverso la maschera ufficiale dietro la quale ci si nasconde, con le modalità con cui la cultura sociale ci spinge a considerarci. Il *self*, di conseguenza, non è qualcosa che abbiamo

[33] S. Ferrari, *Lo specchio dell'Io*, cit., p. 21.
[34] P. Ricœur, *L'identità narrativa*, cit., p. 93.
[35] Cfr. G. Mollo, *Aspetti pedagogici del pensiero di Paul Ricœur*, in «Pedagogia e Vita», 5-6, 2009, pp. 67-82.
[36] P. G. Rossi, L. Giannandrea, P. Magnoler, *Mediazione, dispositivi ed eterotopia*. cit., p. 104.
[37] P. Ricœur, *Percorsi del riconoscimento*, Raffaello Cortina, Milano 2005, p. 127.

realmente, ma qualcosa che la società ci porta a credere di avere, offrendoci la possibilità di metterlo in scena ed esibirlo.[38]
Questa riflessione si collega al concetto di *self-fashioning*, introdotto dal critico letterario Stephen Greenblatt, che definisce il processo di costruzione della propria identità e della propria immagine pubblica secondo un insieme di standard socialmente accettabili. Greenblatt descrive il processo tipico del Rinascimento in cui il nobile veniva istruito a indossare gli abiti più raffinati che poteva permettersi e coltivare la propria istruzione per presentarsi in maniera accurata in società; la preoccupazione per la propria immagine proiettata all'esterno si rifletteva nella ritrattistica dell'epoca.[39] Il concetto di *self-fashioning* è stato in seguito traslato nei fashion studies e nella storia della moda.[40]
Estendendo questo ragionamento all'oggetto della ricerca, il portfolio può essere considerato un'operazione di *self-fashioning*, poiché cerca di ottenere il riconoscimento altrui non attraverso l'abito indossato, ma grazie al progetto dell'abito; la scuola fornisce allo studente, in modo più o meno evidente, un "galateo", con le stesse modalità con cui veniva fornito ai nobili dalla società rinascimentale. Come già evidenziato a proposito del concetto di dispositivo, si può considerare la scuola come un'istituzione che disciplina la creatività, attraverso un proprio modello che confluisce anche nel portfolio dello studente; diventa per questo necessario interrogarsi su come si possa conciliare la standardizzazione imposta da una comunità con la ricerca creativa di uno studente, quale modello possa consentire al singolo di esprimersi senza esserne limitato e se sia preferibile offrire molteplici modelli in grado di rispecchiare le molteplici identità intrecciate nel portfolio, lasciando che ciascuno li frammenti e li ricomponga in base alle proprie necessità.
Questa argomentazione ci porta quindi a connettere il portfolio non solo con l'identità narrativa ma anche con l'identità sociale dell'autore, intrecciando le dinamiche dello storytelling con la rappresentazione e la messa in scena del sé, con il *self-fashioning*, con le relazioni sociali e l'interazione tra identità del singolo e identità della comunità, con il confronto tra individuo e dimensione collettiva che caratterizza sempre più il progetto di moda.

### 1.3.3 Identità in rete

La riflessione sull'identità dello studente in relazione al fashion portfolio non può certamente limitarsi ai formati più tradizionali, ma necessità un'espansione verso le possibilità offerte da Internet e, nello specifico, dai social network, che consentono agli autori di comporre un'immagine di sé in costante aggiornamento. Lo stesso Bauman, che ci ha consentito di avviare la riflessione su questi temi, ha individuato in Internet lo strumento che consente l'evoluzione continua dell'identità del singolo:

[38] E. Goffman, *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna 1969, p. XVII.

[39] S. Greenblatt, *Renaissance Self-Fashioning: From More to Shakespeare*, University of Chicago Press, Chicago 1980.

[40] Cfr. C. Breward, *The Culture of Fashion. A New History of Fashionable Dress*, Manchester University Press, Manchester-New York 1995. C. Breward, *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life 1860-1914*, Manchester University Press, Manchester-New York 1999.



> Le identità sono vestiti da indossare e mostrare, non da mettere da parte e tenere al sicuro. [...] È perché siamo costretti a torcere e modellare senza posa le nostre identità senza poter rimanere legati saldamente a una sola di esse anche se lo volessimo, che lo strumento elettronico che svolge proprio questa funzione è sembrato comodo e utile ed è stato abbracciato con tanto entusiasmo da milioni di persone.[41]

Secondo Bauman, Internet rappresenta lo strumento più efficace per rispondere alla necessità di plasmare continuamente la propria identità, di modificarla, di inventarla; attraverso la rete diventa possibile costruire, evolvere e controllare le diverse identità, aggiungendo frammenti che modificano costantemente l'immagine delineata.
Bauman si sofferma anche sulla differenza tra rete e comunità:

> Appartenere a una comunità costituisce una condizione molto più sicura e affidabile, benché indubbiamente più limitante e più vincolante, che avere una rete. La comunità è qualcosa che ci osserva da presso e ci lascia poco margine di manovra: può metterci al bando e mandarci in esilio, ma non ammette dimissioni volontarie. Invece la rete può essere poco o per nulla interessata alla nostra ottemperanza alle sue norme, [...] e quindi ci lascia molto più agio e soprattutto non ci penalizza se ne usciamo. Però sulla comunità si può contare.[42]

Questa distinzione ci aiuta a capire che l'identità del singolo espressa attraverso i profili dei social network non è solo un duplicato digitale del portfolio cartaceo, ponendo l'autore in una condizione differente, di maggiore libertà e autonomia ma, contemporaneamente, di minore affidabilità e inclusione. Attraverso la reazione istantanea del pubblico che osserva e giudica i contenuti pubblicati, i social network trasformano il singolo in autore collettivo, dotato di un'identità plurale e polifonica, sviluppando una fluidificazione identitaria che decentra l'io e lo frammenta.[43]
Se nel paragrafo precedente il portfolio è stato associato a un autoritratto, queste considerazioni portano ora a considerarlo un selfie.[44] In questo senso l'identità in rete si esprime come una richiesta istantanea di approvazione pubblica; non rappresenta una pratica narcisista, rivolta sul sé, ma uno strumento sociale in cui il soggetto è condizionato in presa diretta dalle reazioni del pubblico. L'obiettivo del selfie e della presenza di sé sui social network è di essere condiviso con gli altri, influenzando il modo in cui si viene considerati. Zizi Papacharissi, direttrice del dipartimento di comunicazione all'Università dell'Illinois a Chicago, lo definisce «networked self»,[45] un sé sempre connesso con un pubblico di fronte al quale esporsi, performare e farsi giudicare.[46] I social network consentono di dominare la scena, editare la propria

[41] Z. Bauman, *Intervista sull'identità*, cit., p. 87.

[42] Z. Bauman, *Il trionfo dell'esibizionismo nell'era dei social network*, 9 aprile, 2011. www.ariannaeditrice.it/articolo.php?id_articolo=38281 [consultato il 13 settembre 2018].

[43] Cfr. M. Galzigna, *Il mondo nella mente*, Marsilio, Venezia 2007.

[44] Cfr. T. Bonini, *Dall'autoritratto al Selfie. Breve storia del guardarsi allo specchio*, 3 febbraio, 2014. A. Peraica, *Culture of the Selfie: Self-Representation in Contemporary Visual Culture*, Institute of Network Cultures, Amsterdam 2017.

[45] Z. Papacharissi (a cura di), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, Routledge, Londra 2010.

[46] Cfr. Z. Papacharissi, *Without You, I'm Nothing: Performances of the Self on Twitter*, in «International Journal of Communication», 6, 2012, pp. 1989–2006.

immagine, decidere chi includere o escludere dalla visione, controllare il copione da mettere in scena.
La ricerca sul portfolio degli studenti di fashion design, quindi, si estende anche all'identità in rete dell'autore, alle modalità con cui si rappresenta attraverso i social network e a come il giudizio del pubblico virtuale influenzi le scelte successive.

### 1.3.4 Identità progettuale

La riflessione sulle identità connesse al portfolio di uno studente di moda ha delineato un panorama molto articolato, che include l'identità narrativa, attraverso le modalità con cui i frammenti e le tracce dei progetti sviluppati durante il percorso formativo vengono ricomposti dallo storytelling per raccontare o inventare l'immagine di sé, l'identità sociale, con la messa in scena del sé all'interno di una comunità, e l'identità in rete, plurale e polifonica.
Una delle peculiarità del portfolio è di proiettare l'autore verso il futuro, delineando possibili traiettorie a partire dalle tracce lasciate durante il percorso formativo, modificando le identità attuali e ipotizzando possibili evoluzioni. Per questo è possibile tenere insieme la complessità emersa utilizzando il concetto di identità progettuale,[47] attraverso la definizione formulata dal sociologo Manuel Castells in *Potere delle identità*:[48]

> [L'identità progettuale] si ha quando gli attori sociali, quali che siano i materiali culturali a loro disposizione, costruiscono una nuova identità che ridefinisce la loro posizione nella società e, cosi facendo, cercano di trasformare la struttura sociale nel suo complesso.[49]

L'identità progettuale sembra quindi condensare aspetti delle diverse identità definite in precedenza: l'essere sociale in relazione con altri attori, il processo di costruzione e invenzione dell'identità a partire dai materiali realizzati, la rappresentazione e definizione di sé; ma a questi si aggiunge una decisiva tensione al cambiamento a partire dalle specificità individuali inquadrate nel contesto.
Questa analisi delle diverse identità che si intrecciano con il portfolio di uno studente di moda ci conduce finalmente alla piena comprensione del titolo di questa tesi: il fashion portfolio come giardino delle identità. L'oggetto della ricerca viene quindi definito come un luogo nel quale germogliano, in modo più o meno controllato, i diversi volti dell'autore: quelli definiti attraverso la narrazione, quelli indossati a seconda dei contesti, quelli attribuiti dal pubblico, quelli modellati dall'azione silenziosa e continua dell'ambito

[47] Il concetto di identità progettuale è già presente nel contesto formativo italiano, che però non viene definito in modo preciso e articolato. Nel riferimento normativo all'autonomia scolastica (D.P.R. n. 275/1999), l'art. 1 dichiara che: «Ogni istituzione scolastica predispone, con la partecipazione di tutte le sue componenti, il Piano dell'offerta formativa. Il Piano è il documento fondamentale costitutivo dell'identità culturale e progettuale delle istituzioni scolastiche ed esplicita la progettazione curricolare, extracurricolare, educativa ed organizzativa che le singole scuole adottano nell'ambito della loro autonomia».

[48] La dicitura *Identità progettuale* compare nella versione italiana, mentre in quella originale è definita *Project identity*.

[49] M. Castells, *Il potere delle identità*, Università Bocconi Editore, Milano 2003, p. 8.



formativo.
La suggestione di un giardino delle identità trova un riscontro rassicurante nell'introduzione del saggio *A Garden of Identities: Multiple Selves and Other Futures*, pubblicato nel 2005 da Ziauddin Sardar, critico culturale specializzato in cultura musulmana, in cui viene sviluppato il tema della crisi delle identità nazionali in epoca contemporanea. L'autore immagina, o meglio desidera, il mondo futuro come un giardino in cui le diverse identità, pur nella loro complessità e unicità, vivono in simbiosi; Sardar descrive il giardino con queste parole:

> Gardens, by the very fact that they are gardens, consist of a myriad of different plants. There are all variety of hardy perennials that flower year after year. There are the annuals and the biennials that have to be planted in season. There are plants that provide various colours of foliage, or hedges and borders, or climb up fences, or play architectural roles. There are fruit trees, trees that provide fragrant and colourful flowers and trees that fix the soil and provide shade. There are the grasses so essential for the lawns. And what would a garden be without the proverbial birds and the bees? And those warms and insects that both enrich the soil and require some form of pest control. The thing about a garden is that all this truly monumental variety of life exists in symbiosis: nourishing each other and ensuring the overall survival of the garden. Of course, the garden has to be tended: the weeds have to be cleared, plants have to be pruned, we have to make sure that nothing grows so much that it ends up suffocating and endangering other plants.[50]

Pensare al portfolio come un giardino delle identità, dunque, consente di considerare la complessità che lo caratterizza, la molteplicità di elementi che lo rendono vivo, la sua continua evoluzione, la necessità di una cura costante, il naturale germogliare e sfiorire delle diverse specie – ovvero delle diverse identità – e il grado di imprevedibilità nonostante un progetto iniziale. In questo fluire, il giardino – il portfolio – risulta sempre diverso e il progettista può a sua volta scoprirlo e lasciarsi sorprendere.
L'inquadramento teorico sviluppato porta dunque a indagare il fashion portfolio nella sua duplice dimensione di oggetto – un elaborato, cartaceo o digitale, costituito da una sequenza di testi e immagini messi in connessione tra loro all'interno delle pagine – e di luogo in cui si costituiscono e si depositano le diverse identità dell'autore. Il portfolio va analizzato quindi come artefatto fisico e simbolico, esito di un'attività individuale e collettiva.[51]
In quanto giardino delle identità, il portfolio di uno studente di fashion design è uno spazio delimitato da un confine poroso che mette in contatto interno ed esterno, studente e comunità; il contesto formativo può essere considerato un dispositivo, uno spazio normato al cui interno ogni studente prova a muoversi, esplorare, misurare e misurarsi.
Le identità che si intrecciano nel portfolio sono molteplici, scoperte e inventate. Si può individuare un'identità narrativa, attraverso le modalità con cui

[50] Z. Sardar, *A Garden of Identities: Multiple Selves and Other Futures*, in «Journal of Futures Studies, 10(2), 2005, p. 13.

[51] S. Mailles-Viard Metz, H. Albernhe-Giordan, *E-portfolio: A Pedagogical Tool for the Design of Personal and Professional Student Project*, in A. Méndez-Vilas, A. Solano Martin, J. Mesa González and J. A. Mesa González, *Research, Reflections and Innovations in Integrating ICT in Education*, Formatex, Badajoz 2009, p. 654.

i frammenti e le tracce dei progetti sviluppati durante il percorso formativo vengono ricomposti per raccontare, modificare o inventare l'immagine di sé; un'identità sociale, intrecciando le dinamiche dello storytelling con la rappresentazione e la messa in scena del sé, con il self-fashioning, con le relazioni sociali e l'interazione tra identità del singolo e identità della comunità; un'identità in rete, predominante nell'utilizzo dei social network che consentono agli autori di comporre un'immagine di sé in costante aggiornamento, plurale e polifonica; un'identità progettuale, che aggiunge una tensione al cambiamento a partire dalle specificità individuali inquadrate nel contesto.
Questa complessità comporta la necessità di indagare l'oggetto di indagine da diversi punti di vista, attraverso diverse lenti metodologiche, che aiutino a mappare tutte le stratificazioni coinvolte, i differenti aspetti identitari sedimentati nel portfolio, i processi che conducono l'autore a considerare alcuni materiali piuttosto che altri, il grado di consapevolezza dello studente rispetto allo strumento che sta progettando, le dinamiche relazionali che modificano il portfolio, il conflitto tra disciplina e creatività.

## 1.4 Metodologia

Se l'oggetto della ricerca appare chiaro, meno immediata è l'individuazione delle metodologie più efficaci per indagarlo. Come studiare uno strumento così complesso? In che modo analizzare il suo essere vivo, personale, unico, in costante evoluzione e ridefinizione? Il design può fornire gli strumenti metodologici necessari alla ricerca o è opportuno ricorrere a quelli propri di altre discipline?
Il design è una disciplina ibrida[52] e per questo è necessario mettere a punto una metodologia altrettanto ibrida per sviluppare la ricerca. Innanzitutto è opportuno approcciarsi all'oggetto di indagine nella sua dimensione più materiale, analizzando il portfolio – sia nella forma più tradizionale che nei tentativi attraverso altri media – come un elaborato grafico costituito prevalentemente da immagini; per questo motivo i fashion studies e la cultura visuale rappresentano un prezioso supporto che consente di osservare in modo approfondito le modalità di narrazione visiva e l'azione sulle immagini compiuta dall'autore, sviluppando l'analisi di un campione di portfolio e interpretando i diversi approcci individuati.[53] L'analisi di questi artefatti, però, non può limitarsi al loro aspetto materiale ma è necessario integrarlo con riflessioni più ampie che intreccino questioni immateriali legate al suo autore e al processo che li ha generati; per questo motivo un ulteriore contributo metodologico deriva dalla cultura materiale,[54] come definita da Giorgio Riello:

[52] Cfr. R. Riccini, *Culture per l'insegnamento del design*, in «AIS/Design Storia e Ricerche», 1, 2013. http://www.aisdesign.org/aisd/culture-per-linsegnamento-del-design-2 [consultato il 12 aprile 2018].

[53] G. Riello, *Per una storia della moda. Concetti, oggetti e cultura materiale*, in «Venezia Arti», 25, 2016, p. 71.

[54] Cfr. A. Gerritsen, G. Riello (a cura di), *Writing Material Culture History*, Bloomsbury, Londra-New York 2014.



> La cultura materiale ricomprende l'attribuzione di significati agli oggetti da parte di persone che li usano, collezionano, ma anche producono, vendono e consumano. Grazie alla sua propensione all'integrazione fra il materiale e gli aspetti astratti, la cultura materiale fornisce una piattaforma di incontro fra diverse metodologie e approcci.[55]

Come prosegue Riello, la cultura materiale non consiste nell'oggetto stesso, ma si interessa alle dinamiche con cui gli oggetti assumono significato nella vita delle persone.[56] La ricerca, di conseguenza, si caratterizza come indagine sugli aspetti materiali e immateriali del fashion portfolio, sulle dinamiche che conducono il progettista a dare forma al proprio immaginario e ai riferimenti visivi, sulla capacità di raccontarsi attraverso un progetto, sulle modalità con cui uno storytelling visivo definisce questioni legate all'identità dell'autore.
Questi diversi approcci, tuttavia, non sono sufficienti per studiare la complessità del portfolio inteso come giardino in cui si intrecciano le identità dello studente con quelle del contesto formativo, le relazioni sociali, la tensione al cambiamento a partire dalle specificità individuali; un ulteriore contributo allo sviluppo della ricerca, infatti, deriva dalle scienze sociali e, in particolare, dall'antropologia.[57] Il metodo etnografico consente di sviluppare un lavoro di ricerca sul campo,[58] osservando da vicino gli studenti in relazione al proprio portfolio e al contesto in cui sono inseriti, accedendo al loro punto di vista, documentando sia il grado di consapevolezza che le azioni inconsapevoli e analizzando sul campo le dinamiche e le riflessioni attive attorno all'oggetto di indagine.[59]
La scelta di adottare metodologie proprie della ricerca etnografica deriva dalla considerazione che queste, come dichiara l'antropologo del design Tim Plowman, producono:

> A detailed, in-depth observation of people's behavior, beliefs and preferences by observing and interacting with them in a natural environment.[60]

L'obiettivo della ricerca, infatti, è di indagare il fashion portfolio in quanto oggetto prodotto da un soggetto all'interno di una comunità e per questo è fondamentale osservare i comportamenti, le scelte e le relazioni all'interno del contesto in cui si verificano – che Plowman definisce naturale – evitando di isolarli e decontestualizzarli. Gli strumenti della ricerca etnografica sono contemporaneamente descrittivi e interpretativi; infatti, come dichiara lo stesso Plowman:

[55] G. Riello, *Per una storia della moda*, cit., p. 72.

[56] Ivi, p. 76.

[57] Sull'utilizzo di metodologie etnografiche in ambito educativo si veda: C. Pole, M. Morrison, *Ethnography for Education*, Open University Press, Maidenhead 2003. S. Delamont, *Fieldwork in Educational Settings*, Routledge, Londra-New York 2002.

[58] Nel corso della trattazione saranno utilizzati con lo stesso significato «ricerca sul campo» e «fieldwork».

[59] Cfr. P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J. Lofland, L. Lofland (a cura di), *Handbook of Ethnography*, Sage, Thousand Oaks 2001.

[60] C. Ireland, *Qualitative Methods: From Boring to Brilliant*, in B. Laurel (a cura di), *Design Research. Methods and Perspectives*, The MIT press, Cambridge 2003, p. 26.

> They are descriptive because they are designed to capture as much detail as possibile, crucial to testing and developing theories. They are interpretive because the ethnographer must determine the significance of the detail in the relatively narrow scope he observes without necessarily gathering broad or statistical information.[61]

Il lavoro di ricerca sul campo, quindi, non solo consente di catturare elementi in grado di mettere alla prova l'apparato teorico delineato, ma questi elementi vanno interpretati e collegati tra loro per restituire la complessità dell'ambito di indagine senza l'ausilio di informazioni statistiche e quantitative.
Rispetto alla schematizzazione realizzata da Plowman in merito agli strumenti della ricerca etnografica,[62] le modalità selezionate per questa indagine si collocano nell'ambito della ricerca qualitativa; l'obiettivo, infatti, non è una mappatura quantitativa di opinioni, giudizi o azioni, ma un'osservazione sul campo e un dialogo con diversi soggetti per descrivere punti di vista e modalità di azione relativi a un preciso artefatto quale il portfolio.
Il lavoro sul campo serve a documentare e analizzare le riflessioni prodotte dagli studenti all'interno della loro pratica progettuale, concetto approfondito da Donald Schön, filosofo che si è occupato a lungo della pratica riflessiva nell'apprendimento:

> Una pratica riflessiva, spesso basata sull'incertezza e sul complemento emotivo dell'incertezza, l'ansietà, [può] diventare generatrice di nuova conoscenza – ma di nuova conoscenza la cui validità è governata e limitata dalle situazioni di indagine nelle quali è generata e trova utilità –.[63]

Una ricerca sul portfolio degli studenti di fashion design è, di conseguenza, un'indagine sulle riflessioni prodotte dai soggetti durante il processo di realizzazione, arrivando a scoprire parti di conoscenza prodotta dal loro agire.
La ricerca sul campo, a carattere qualitativo, vuole coinvolgere studenti e giovani laureati, oltre a professionisti che operano in modo specifico con il portfolio; l'indagine non ambisce a essere un esperimento rigoroso ma vuole essere a carattere esplorativo. L'obiettivo del fieldwork è di documentare le considerazioni dei soggetti coinvolti, la loro percezione di questo strumento, il processo di realizzazione e le modalità con cui le identità dello studente si definiscono e sedimentano nel portfolio.
Le ipotesi che muovono la ricerca si traducono in una serie di interventi che mirano a indagare con diversi approcci il tema di lavoro; lo studio vuole, da un lato, esplorare la consapevolezza presente nei soggetti all'inizio del lavoro sul campo, le riflessioni elaborate precedentemente durante il percorso formativo, ma anche verificare gli effetti prodotti dal dibattito collettivo e dalla presentazione dell'inquadramento teorico definito dalla ricerca.
L'indagine sul campo si articola in tre momenti. La prima fase vuole essere a carattere esplorativo e consiste in un focus group durante il quale alcuni

[61] T. Plowman, *Ethnography and Critical Design Practice*, in B. Laurel (a cura di), *Design Research. Methods and Perspectives*, cit., p. 32.

[62] Ivi, p. 33.

[63] D. A. Schön, *Il professionista riflessivo*, Dedalo, Bari 1993, p. 10.



soggetti sono coinvolti in una dinamica di gruppo e chiamati a rispondere a un'intervista strutturata, con l'obiettivo di intraprendere una discussione attorno all'ipotesi di ricerca e di verificare diversi punti di vista, dubbi, errori e nuove suggestioni da applicare poi ai casi studio. Dopo aver messo a punto gli strumenti da utilizzare per l'indagine, anche grazie al focus group, si procede con interviste individuali semistrutturate, per verificare il punto di vista di studenti, neolaureati e professionisti sul portfolio, le sue finalità, il processo coinvolto nella realizzazione, il significato attribuito. Il terzo strumento adottato durante il fieldwork è rappresentato da due tipologie di workshop durante le quali gruppi di studenti sono chiamati a operare e riflettere sul portfolio, sul processo per realizzarlo e sulle dinamiche di narrazione e relazione legate all'identità.
Il disegno della ricerca sul campo sarà descritto dettagliatamente nel secondo capitolo.

## 1.5 Fonti e analisi critica della letteratura sul portfolio

Dopo aver definito l'oggetto della ricerca con le ipotesi, i quesiti e gli obiettivi che muovono l'indagine, l'inquadramento teorico nel quale si colloca e le metodologie da adottare per indagarlo, è necessario intraprendere un attento confronto con i ricercatori che si sono già occupati del fashion portfolio, analizzando la letteratura prodotta e lo stato dell'arte.
Si è potuto verificare che i materiali sono stati pubblicati nell'ultimo decennio, spesso da autori anglosassoni, quali Atkinson, Ciresi Barrett, Faerm, Kiper e Tain, con l'obiettivo di fornire risposte precise e puntuali ai quesiti degli studenti di fashion design.[64] Molti di questi testi si caratterizzano come manuali dedicati a studenti che vogliono imparare a realizzare un fashion portfolio; l'attenzione è rivolta principalmente alla dimensione materiale del portfolio e al ruolo di «selling tool» e «visual communication device»,[65] attraverso cui promuovere il prodotto più importante: se stessi.[66] Vengono analizzati i diversi elementi costituitivi del fashion portfolio, le sue caratteristiche, gli obiettivi da porsi nella realizzazione, la tipologia di materiali da inserire.
Gli autori forniscono indicazioni sul numero di pagine da dedicare a ogni sezione, il numero di progetti da inserire, annotazioni sul tipo di illustrazioni, software da utilizzare, formati possibili, supporti da acquistare. Viene genericamente suggerito di raccogliere i progetti, selezionare i contenuti orientandoli a uno specifico segmento di mercato e strutturare il portfolio mettendo in evidenza le proprie competenze in funzione della tipologia di lavoro e di azienda a cui ci si rivolge. Tutti gli autori, infatti, consigliano di

[64] Cfr. M. Atkinson, *How to Create Your Final Collection: A Fashion Student's Handbook*, Laurence King Publishing, Londra 2012.
J. Ciresi Barrett, *Designing Your Fashion Portfolio: From Concept to Presentation*, Fairchild, New York - Londra 2012.
S. Faerm, *Design Your Fashion Portfolio*, A & C Black, Londra 2012.
A. Kiper, *Fashion Portfolio: Design and Presentation*, B. T. Batsford, Londra 2014.
L. Tain, *Portfolio Presentation for Fashion Designers*, Fairchild, New York 2010.

[65] J. Ciresi Barrett, *Designing Your Fashion Portfolio*, cit., p. 1.

[66] L. Tain, *Portfolio Presentation for Fashion Designers*, cit., p. 1.

adattare il portfolio all'interlocutore, di considerare il target e le aspettative del destinatario, dimostrando di possedere le competenze richieste. Il portfolio, secondo Atkinson:

> must show you will be able to contribute to the team you are applying to join by illustrating not only your creativity but also your understanding on the company, its products and target market.[67]

È essenziale, quindi, far comprendere in che modo la creatività dell'autore possa contribuire allo sviluppo del destinatario del portfolio; anche Ciresi Barrett sottolinea l'importanza di far comprendere non solo «who you are as a designer, but what you can bring to the company or design studio job».[68] Questi manuali hanno l'obiettivo di fornire «a tangible set of skills and a visual imprint of the process and completion of a job placement portfolio», dimostrando «how to become systematic while being creative».[69]
Dall'analisi emerge, inoltre, il valore che questi autori attribuiscono agli esiti dell'esperienza progettuale più che al processo che li ha generati. Lo sketchbook, ad esempio, viene considerato un materiale accessorio, da tenere separato rispetto all'ordine, al rigore e alla pulizia del portfolio; a mio avviso, invece, è molto importante riuscire a mettere in evidenza il percorso che ha portato allo sviluppo di un progetto, errori compresi. Anche lo shooting, fondamentale nella definizione dell'immaginario che caratterizza il progettista, non viene considerato spesso da questi autori tra i materiali da includere, anche se questo aspetto potrebbe dipendere dal fatto che i manuali sono rivolti a studenti i cui progetti sono in alcuni casi prevalentemente progettati e disegnati, senza poi essere realizzati.
Pur privilegiando gli aspetti materiali del fashion portfolio, alcuni di questi autori sfiorano questioni legate alla dimensione immateriale senza però sviluppare una riflessione approfondita; per questo motivo si è reso necessario estendere l'analisi critica della letteratura prodotta attorno all'oggetto di indagine considerando anche i testi dei ricercatori che hanno analizzato il portfolio come strumento formativo adottato in campo educativo.[70] In molti Paesi, infatti, il portfolio è uno strumento presente a ogni livello scolastico, che guida sia gli studenti che i docenti nel loro percorso formativo e professionale, attraverso l'individuazione degli obiettivi di ogni disciplina, le esperienze svolte, i traguardi raggiunti, le difficoltà riscontrate. Può sembrare apparentemente distante dall'oggetto di questa ricerca, soprattutto nella forma, ma il processo di realizzazione e i temi coinvolti risultano particolarmente affini. I manuali di fashion portfolio consigliano di svilupparlo durante l'ultimo semestre del corso di laurea, quando si è già stata sviluppata una maturità progettuale; il portfolio formativo, invece, è uno strumento adottato fin dall'inizio del percorso scolastico, in quanto luogo in cui lo studente documenta la propria esperienza, gli obiettivi iniziali e i traguardi raggiunti; è strumento di riflessione e maturazione della consapevolezza di sé.
Di seguito vengono analizzati alcuni temi che caratterizzano l'oggetto della ricerca, intersecando le voci di autori che si sono occupati di fashion portfolio e, più in generale, del portfolio formativo.

[67] M. Atkinson, *How to Create Your Final Collection*, cit., p. 11.

[68] J. Ciresi Barrett, *Designing Your Fashion Portfolio*, cit., p. VIII.

[69] Ibidem.

[70] Il portfolio – qui inteso in senso ampio, non specifico al fashion design – è stato introdotto in ambito formativo negli anni '70. In Italia la riforma Moratti del 2003 ha previsto nelle scuole di ogni ordine e grado il portfolio delle competenze individuali, destinato sia agli studenti che ai docenti, ma in seguito è stato reso non obbligatorio e, infine, del tutto abbandonato. Cfr. P. G. Rossi, L. Giannandrea, P. Magnoler, *Portfolio e riflessione*, in «Education Sciences & Society», 2(2), 2011, pp. 192-195.



### 1.5.1 Definire il portfolio

La ricognizione inizia con la necessità di capire in che modo i diversi ricercatori hanno definito il portfolio. John Hopkins, direttore del dipartimento di fashion design alla Winchester School of Art, lo considera:

> A body of work that communicates your design ideas and presentation skills across a range of visual formats. It should also indicate your creative abilities, personal strengths and subject interests. [...] This becomes an evolving process of collecting and documenting work over a period of time to display a suitable diversity of project. Although each student will be very familiar with their own projects it is important to understand that all work in a portfolio needs to be communicated directly to a viewer without unnecessary over-description during an interview.[71]

Secondo Hopkins, dunque, il portfolio permette all'autore di comunicare visivamente le proprie idee, le capacità, gli interessi e i punti di forza, non solo progettuali ma anche personali; la sfida per lo studente consiste nel continuare a documentare e raccogliere i diversi progetti realizzati durante il percorso formativo e illustrarli in modo chiaro all'interlocutore. A questa definizione è utile affiancare quella formulata dalla Northwest Evaluation Association, da cui emerge che il portfolio è considerato «a purposeful collection of student work that exhibits the student's efforts, progress, and achievements in one or more areas».[72] In questo caso considero molto importante la parola «efforts», poiché non pone l'attenzione solo sui risultati ottenuti ma anche sui tentativi, non necessariamente riusciti, di sviluppo delle proprie potenzialità. Molto simile alla precedente è la definizione di Judy Arter che però sostituisce il verbo «exhibits» con «tells the story»,[73] mettendo subito in evidenza due importanti caratteristiche del portfolio: espositiva e narrativa. Il portfolio, di conseguenza, non può essere considerato una sintesi neutrale del percorso compiuto dal suo autore, ma è un nuovo racconto a partire da episodi passati, è un progetto espositivo che reinterpreta e ricodifica le esperienze vissute.
Una conferma di questa assenza di neutralità deriva da Elana Michelson e Alan Mandell che affermano:

> The unit of knowledge – that is, the knowing self who is both the author and the subject of the portfolio narrative – is understood to be the autonomous, self-aware

[71] J. Hopkins, *Fashion Design. The Complete Guide*, AVA, Losanna 2012, p. 174.

[72] F. L. Paulson, P. R. Paulson, C. A. Meyer, *What Makes a Portfolio a Portfolio?*, in «Educational Leadership», 48(5), 1991, p. 60.

[73] J. A. Arter, *Using Portfolios in Instruction and Assessment*, Northwest Regional Educational Laboratory, Portland 1990, p. 27.

> individual. Understood in this way, portfolio essays are not neutral records of learning that a student has gained. As autobiographical documents, they can't help but require students to narrate a specific form of selfhood, one that both assumes and reflects specific ways of understanding the relationship of self to others, of experience to learning, and of personal accomplishment to history.[74]

Questa definizione mette a fuoco diversi aspetti centrali per comprendere la complessità dell'oggetto della ricerca. Il primo consiste nella sovrapposizione tra autore e racconto, tra soggetto e oggetto del portfolio, con la difficoltà di analizzare in modo lucido il proprio percorso formativo e di interpretare criticamente i frammenti progettuali sviluppati in precedenza. Viene inoltre sottolineata la necessità di raggiungere un grado di autonomia e consapevolezza durante la realizzazione del portfolio, che permetta la progettazione di un documento autobiografico. Nella narrazione assumono un ruolo fondamentale le relazioni tra sé e gli altri, il contesto, le esperienze.
Si giunge in questo modo a ribadire le connessioni tra il portfolio e l'identità – narrativa, sociale, in rete, progettuale – del suo autore, come emerso nei paragrafi precedenti.
Molti ricercatori sottolineano l'importanza nel progetto del portfolio dell'azione riflessiva e auto-riflessiva e dell'individuazione degli obiettivi.[75] Arter afferma che «a portfolio is more than just a folder of student work. Portfolios need to be a sample of student work assembled for a particular purpose».[76] Qui l'attenzione è posta sugli obiettivi per cui viene realizzato il portfolio e che influenzano il modo in cui vengono presentati i lavori dell'autore. Porter e Cleland si concentrano sulla dimensione riflessiva che consente di sviluppare una narrazione, definendo il portfolio come:

> A collection of artefacts accompanied by a reflective narrative that not only helps the learner to understand and extend learning, but invites the reader of the portfolio to gain insight about learning and the learner.[77]

Secondo questi autori, dunque, il portfolio consente sia allo studente di avere coscienza del proprio percorso formativo e di individuare nuovi obiettivi, che al destinatario di comprendere l'autore e la sua esperienza. Si conferma, così, un doppio ruolo dell'oggetto di indagine: formativo per il suo autore e comunicativo verso i possibili interlocutori.
Le diverse definizioni mettono a fuoco la complessità dell'oggetto della ricerca e l'impossibilità di racchiuderla in una definizione unica. Innanzitutto, il portfolio è una raccolta di materiali realizzati durante un percorso formativo o professionale, includendo anche tentativi ed esperienze non concluse. Questa raccolta non è casuale ma mirata a un obiettivo definito. È uno strumento formativo per l'autore, che è soggetto e oggetto del portfolio, luogo di autoriflessione, autovalutazione e autoconsapevolezza. Ma è anche uno strumento di comunicazione, narrazione e messa in mostra delle proprie competenze, delle idee progettuali e delle relazioni con il contesto.[78]
Tra i contributi più significativi sul portfolio nell'ambito delle scienze dell'educazione va segnalato il lavoro di Charlotte Danielson e Leslye Abrutyn, ricercatrici statunitensi che hanno pubblicato nel 1997 *An introduction to using portfolios in the classroom*.[79] Nel testo vengono definite tre tipologie di portfolio a partire dalle finalità con cui viene elaborato, macro categorie che in parte si sovrappongono e presentano elementi comuni.
Il *working portfolio* è definito dalle autrici come un «serbatoio» di lavori – sia in progress che conclusi – da cui poter attingere in seguito per la realizzazione di una versione più compiuta e definita. Questa prima tipologia, strettamente connessa all'idea di archivio, si fonda sull'idea della selezione, della raccolta intenzionale guidata da obiettivi formativi. Può essere usata come diagnosi delle esigenze dello studente e mette in evidenza, sia agli occhi dello studente che dell'insegnante, i punti di forza e di debolezza nel raggiungimento degli obiettivi formativi. Il destinatario principale del working portfolio risulta essere lo studente stesso il quale, riflettendo su quali materiali inserire, diventa più consapevole delle proprie qualità e delle lacune da colmare.
L'obiettivo del *display portfolio* è, invece, di mostrare il livello di competenze raggiunto dallo studente, attraverso la selezione dei migliori lavori prodotti. Secondo Danielson e Abrutyn, questa tipologia di portfolio consente allo studente di dire «Here's who I am. Here is what I can do». È uno strumento, quindi, che definisce identità e competenze; consente inoltre, integrandolo anno dopo anno con nuovi materiali, di documentare la crescita nel tempo. Questa tipologia di portfolio non è più rivolta allo studente stesso ma è uno strumento pensato per essere mostrato a docenti, altri studenti, scuole future, aziende. Il display portfolio implica, dunque, la capacità di definirsi e di raccontare ciò che si ritiene importante del proprio percorso.
L'*assessment portfolio*, infine, documenta ciò che si è appreso, le capacità maturate e gli obiettivi formativi raggiunti, con lo scopo di essere valutati dai docenti a conclusione di un corso o di un intero ciclo di studi.
Questa suddivisione fa dunque emergere l'importanza di definire, fin da subito, le finalità del proprio portfolio, perché questo richiede differenti modalità con cui realizzarlo. La ricerca si focalizza in modo specifico sulle caratteristiche del *working portfolio*, l'azione per cui l'autore agisce sul proprio archivio, selezionando i progetti significativi e i relativi materiali, e su quelle del *display portfolio*, che deriva da un'azione di editing, montaggio e nuova progettazione a partire da progetti già definiti. Non vanno considerati come due oggetti separati, ma aiutano a comprendere le diverse fasi del processo coinvolto nella progettazione di un portfolio.

---

[74] E. Michelson, A. Mandell, *Portfolio Development and the Assessment of Prior Learning: Perspectives, Models and Practices*, Sterling, New York 2004, p. 13.

[75] L. Habib, L. Wittek, *The Portfolio as Artefact and Actor*, in «Mind, Culture, and Activity», 14(4), 2007, p. 267.

[76] J. A. Arter, *Using Portfolios in Instruction and Assessment*, cit., p. 1.

[77] C. Porter, J. Cleland, *The Portfolio as a Learning Strategy*, Heinemann, Portsmouth 1994, p. 154.

[78] Cfr. P. G. Rossi, L. Giannandrea, P. Magnoler, *Portfolio e riflessione*, cit., p. 193.
F. L. Paulson, P. R. Paulson, C. A. Meyer, *What Makes a Portfolio a Portfolio?*, cit., p. 61.
P. R. Paulson, F. L. Paulson, *Portfolios: Stories of Knowing*, in P. H. Dreyer (a cura di), *Knowing the Power of Stories*, Claremont Reading Conference, 55th Yearbook, 1991, p. 6.

[79] C. Danielson, L. Abrutyn, *An Introduction to Using Portfolios in the Classroom*, ASCD, Alexandria (VA) 1997.

## 1.5.2 Realizzare il portfolio

Diversi autori che si sono occupati del portfolio formativo hanno provato a definire le diverse fasi che consentono la sua realizzazione e portano lo studente a riflettere sul proprio percorso personale e professionale. Danielson e Abrutyn hanno strutturato uno dei modelli più accreditati, costituito da quattro sezioni: *collection*, raccolta di tutti i materiali prodotti durante il percorso formativo e individuazione di obiettivi e destinatario; *selection*, fase di selezione dei materiali attraverso i criteri determinati precedentemente; *reflection*, momento dedicato alle riflessioni relative a ogni sezione del portfolio e una valutazione globale; *projection*, step conclusivo durante il quale si analizzano materiali e riflessioni per osservare obiettivi raggiunti e individuarne di nuovi.[80]

Emerge, quindi, una stretta connessione tra le diverse fasi, a partire dalle motivazioni iniziali che fungono da guida durante il processo fino all'analisi degli obiettivi raggiunti e alla definizione di quelli nuovi. Il progetto del portfolio, quindi, non può essere considerato lineare ma è un percorso ciclico, fluido, in costante aggiornamento.

Helen Barrett riprende questo modello ma apporta alcune modifiche interessanti. Suggerisce di modificare *projection* con *direction*, sottolineando come in questa fase il soggetto si focalizzi sugli obiettivi a partire dalle riflessioni sul proprio portfolio. Barrett propone inoltre di inserire le fasi di *connection*, nella quale evidenziare i collegamenti tra i vari materiali presenti, e di *publication*, che implica la presentazione dell'intero portfolio – o di un estratto – all'interlocutore prestabilito.[81]

Una proposta di sintesi tra il modello di Danielson e Abrutyn e quello di Barrett è formulata da Pier Giuseppe Rossi e si struttura in cinque fasi:[82]

- raccolta: è la fase in cui si definisce il progetto del portfolio, individuandone le finalità, il target, i materiali da considerare, le modalità di selezione dei materiali;

- selezione: si individuano i contenuti da inserire in base alle indicazioni evidenziate precedentemente, precisando le motivazioni della scelta; i materiali possono essere organizzati per tematiche o con altri criteri;

- riflessione/connessione: i materiali raccolti vengono esaminati e si riflette su questi in base alle finalità individuate, cercando connessioni e costanti che definiscano una storia e un percorso; si costruiscono mappe e narrazioni che inneschino una riflessione e una definizione dell'identità, permettendo di riprogettare il percorso futuro; la riflessione pone il soggetto a distanza dal vissuto per portarlo a una visione quasi esterna, favorevole all'individuazione di elementi in grado di fornire un'immagine di sé;

- direzione: la riflessione e le connessioni permettono di precisare obiettivi, anche personali, su cui impostare la propria azione; l'autovalutazione diviene progettualità;

[80] Ivi, p. 10.

[81] H. C. Barrett, *Researching Electronic Portfolios and Learner Engagement: The Reflect Initiative*, in «Journal of Adolescent & Adult Literacy», 50(6), 2007, pp. 436-449.

[82] P. G. Rossi, *Progettare e realizzare il portfolio*, Carocci, Roma 2005.



- pubblicazione: completato il portfolio, si decide se e come presentarlo, se mostrarlo interamente o in parte, realizzando uno specifico elaborato per ciascun destinatario.

Secondo Rossi, definire le fasi di realizzazione di un portfolio è essenziale per comprendere le dinamiche coinvolte:

> Le fasi di realizzazione di un portfolio costituiscono un processo di riflessione sul percorso personale e professionale che il soggetto ha messo in atto, con la finalità di individuare i passaggi successivi che possano valorizzare la propria traiettoria di studio e di lavoro in un'ottica di apprendimento continuo.[83]

Il portfolio, come già ribadito, è uno strumento formativo che consente all'autore di valorizzare la propria traiettoria; come chiarisce Rossi, va quindi analizzato sia come un prodotto, sia come un processo: come processo «si focalizza sul mettere in luce la relazione tra i vissuti del soggetto e l'elaborazione dell'esperienza ai fini di una sempre maggiore consapevolezza personale e lavorativa»; come prodotto «può essere visto come strumento per valutare, sia in ambito produttivo sia in ambito scolastico».[84]

È importante sottolineare nuovamente che la stretta connessione tra il portfolio e l'esperienza del singolo non consente di pensare a un modello condiviso in grado di rispondere adeguatamente alle diverse esigenze, come dichiarato da Hopkins:

> Although there is no such thing as a "one size fits all" approach to formulating a successful fashion design portfolio [...] Your portfolio should be tailored to your intended career path in the fashion industry or the requirements of a company when preparing for an interview.[85]

Il processo di realizzazione, dunque, deve condurre lo studente all'elaborazione di un portfolio su misura, perfettamente aderente ai presupposti e agli obiettivi fissati; ciascuno deve modellarlo in base alle proprie caratteristiche, al percorso formativo compiuto e alle finalità individuate.[86] Per questo è necessario mettere in luce attraverso questa ricerca la sua complessità, le potenzialità offerte, i temi coinvolti e le dinamiche attive.

Analizzando la letteratura sul portfolio emergono riflessioni anche su formati diversi da quello tradizionale; nonostante il dibattito si concentri principalmente sul portfolio cartaceo, alcuni ricercatori riflettono sulle opportunità offerte dal digitale e sulle differenze riscontrabili. Questi autori utilizzano diverse diciture – portfolio digitale, e-portfolio, portfolio elettronico, portfolio interattivo, portfolio virtuale – ma si riferiscono ugualmente a un portfolio online visibile a comunità virtuali.

Il portfolio digitale è considerato un'evoluzione di quello cartaceo e non un'entità separata.[87] Pier Giuseppe Rossi lo analizza in questo modo:

[83] P. G. Rossi, L. Giannandrea, P. Magnoler, *Portfolio e riflessione*, cit., p. 193.

[84] Ivi, p. 192.

[85] J. Hopkins, *Fashion Design*, cit., p. 174.

[86] M. Atkinson, *How to Create Your Final Collection*, cit., p. 122.

[87] Cfr. H. Woodward, *Portfolios: Narratives for Learning*, in «Journal of In-service Education», 26(2), 2000, pp. 329-349.

> Hanno due vantaggi: sono digitali e quindi permettono di raccogliere anche materiali non cartacei, ad esempio video e audio che possono molto ben documentare processi lavorativi; sono facilmente visibili e implementabili da diverse postazioni e ciò favorisce una longitudinalità nel lavoro che ne caratterizza la funzione. [...] Va detto però che solo se in essi viene dato adeguato spazio alla riflessione possono svolgere appieno la funzione di un portfolio.[88]

La dimensione digitale, quindi, consente di implementare il portfolio e aggiornarlo facilmente, includendo anche materiali non cartacei; tuttavia, se da un lato consente l'inserimento di video e audio, dall'altro può ostacolare la percezione materica di molti elementi che caratterizzano il progetto di moda e che spesso rappresentano un elemento fondamentale per il progettista, come i tessuti, la loro lavorazione, le texture.[89]
Inoltre il digitale può rappresentare un rischio se viene utilizzato come archivio in cui organizzare i contenuti elaborati nel tempo, trascurando però il processo di riflessione critica che caratterizza il portfolio. Non bisogna, infatti, confondere gli archivi digitali, in cui aggiungere nel tempo documenti, memorie e artefatti, con il processo di interconnessione e riflessione sui diversi materiali realizzati; ciò che cambia è l'intenzionalità, la rilettura a posteriori dei materiali prodotti. Questo rischio è evidenziato anche da Woodward:

> The danger is that learning to use the technology itself could then subsume the learning opportunities of portfolio construction. [...] Can digital portfolios add value to existing practices or are they a fashion soon to be forgotten?[90]

La sfida è di valorizzare le pratiche connesse alla costruzione del portfolio tradizionale attraverso la dimensione digitale. Atkinson individua nel portfolio digitale una soluzione al ritmo frenetico della moda e al rapido superamento dei progetti già realizzati; aggiornando costantemente il portfolio digitale, infatti, è possibile aumentare la propria visibilità e essere seguiti da potenziali interlocutori durante il proprio sviluppo formativo e professionale.[91] Tuttavia ogni fruitore prende visione dello stesso elaborato, non consentendo all'autore di personalizzarlo in base al destinatario e all'obiettivo.
Helen Barrett, ricercatrice che si occupa da tempo del portfolio digitale, spinge la riflessione fino ai social network, affermando che il confine tra i due è sempre più sfumato, pur continuando a mantenere caratteristiche distinte. Il portfolio digitale come strumento formativo compare all'inizio degli anni '90, mentre i social network nascono circa quindici anni dopo, usati da singoli o da gruppi per archiviare documenti, condividere esperienze, mostrare risultati, comunicare e collaborare con amici e familiari e, in alcuni casi, facilitare la ricerca di lavoro.[92] Barrett opera un confronto tra i processi coinvolti

[88] P. G. Rossi, L. Giannandrea, P. Magnoler, *Portfolio e riflessione*, cit., p. 195.
[89] C. Gale, J. Kaur, *The Textile Book*, Berg, Oxford-New York 2002, p. 47.
[90] H. Woodward, P. Nanlohy, *Digital Portfolios: Fact or Fashion?*, in «Assessment & Evaluation in Higher Education», 29(2), 2004, p. 227.
[91] M. Atkinson, *How to Create Your Final Collection*, cit., p. 122.
[92] J. Hopkins, *Fashion Design*, cit., p. 174.



nel portfolio tradizionale, in quello digitale e nei social network:[93]

| PORTFOLIO | PORTFOLIO DIGITALE | SOCIAL NETWORK |
|---|---|---|
| Collecting | Archiving | Connecting ("Friending") |
| Selecting | Linking/Thinking | Listening (Reading) |
| Reflecting | Digital storytelling | Responding (Commenting) |
| Directing | Collaborating | Sharing (Linking/Tagging) |
| Presenting | Publishing | |

Questa schematizzazione evidenzia quanto il processo di riflessione e critica sui materiali selezionati che caratterizza il portfolio tradizionale si riduca significativamente in quello digitale e nei social network, lasciando invece spazio a una narrazione costituita da connessioni tra contenuti e persone, da commenti e condivisioni all'interno di una rete coautoriale.

### 1.5.3 Narrazione

Molti autori analizzati si soffermano sulle caratteristiche narrative del portfolio. Secondo Ciresi Barrett, ad esempio, il fashion portfolio non è solo una raccolta di disegni e immagini, ma una storia che deve essere raccontata; il progettista ha il compito di creare la sceneggiatura, la scenografia, i personaggi, l'introduzione e la conclusione.[94]
Pearl R. Paulson e F. Leon Paulson in *Portfolios: stories of knowing* raccontano l'esperienza di un gruppo di studenti con Mary Wiley, patologa linguistica. Alla domanda su cosa sia un portfolio e su cosa vada inserito, uno degli studenti risponde: «Portfolios tell a story. Put in anything that helps to tell the story».[95] Partendo da quell'esperienza, Paulson e Paulson dichiarano:

> A portfolio tells a story. It is the story of knowing. Knowing about things. [...] Knowing oneself. [...] Knowing an audience. [...] Portfolios are students' own stories of what they know, why they believe they know it, and why others should be of the same opinion. A portfolio is opinion backed by fact.[96]

La narrazione, quindi, va intesa in senso ampio; non è solo il racconto dei progetti sviluppati dallo studente, ma è la storia del percorso formativo, delle conoscenze acquisite e delle relazioni instaurate.
Questi ricercatori hanno sviluppato un modello di analisi del portfolio a tre dimensioni che si incardina sulla narrazione, intersecando il processo, ovvero tutte quelle attività necessarie affinché si generi lo storytelling, con la storia, che documenta i cambiamenti e i progressi ottenuti durante il percorso compiuto; il terzo elemento di questo modello, considerato dagli autori come il più importante, è rappresentato dagli stakeholders, ovvero tutti i soggetti coinvolti più o meno direttamente nel portfolio: comprende l'auto-

[93] H. C. Barrett, *Blurring the Boundaries: Social Networking and ePortfolio Development*, paper presentato alla conferenza TEDxASB, Mumbai 2010.
[94] J. Ciresi Barrett, *Designing Your Fashion Portfolio*, cit., p. 4.
[95] P. R. Paulson, F. L. Paulson, *Portfolios: Stories of Knowing*, cit., p. 2.
[96] Ibidem.

re, l'editore, il destinatario specifico e, in generale, coloro che possono prenderne visione. Per Paulson e Paulson è molto importante la figura dell'editore, ovvero colui che:

> tells the author the nature of the company's interests and the desired scope of the work and may even inform the author regarding composition of the audience, alerting the author to the audience's expectations and biases. But this publisher leaves the author free to determine the story's theme, create the characters and events, and present the content.[97]

L'editore a volte può essere esterno ma, molto spesso e soprattutto nel caso degli studenti, coincide con l'autore del portfolio, che deve autonomamente definire il destinatario e ipotizzarne le aspettative. Paulson e Paulson sottolineano come ciascuno degli stakeholder (autore, editore e destinatario) guardi al portfolio da una differente prospettiva, da un proprio quadro di riferimento.
Gli stessi ricercatori sviluppano un'ulteriore considerazione molto importante, ovvero che la realizzazione del portfolio produce effetti e cambiamenti non solo nell'autore ma anche negli interlocutori:

> The author has changed during authorship. The audience [...] also change as they interact with the student during the development of the portfolio or while they peruse the contents of a completed portfolio. The more the stakeholders are aware of each other and the more they interact, the more influence they have on each other. They may change their minds about what is important.[98]

Il portfolio risulta quindi un oggetto di indagine particolarmente significativo proprio perché non limita la sua azione – anche formativa – all'autore, ma condiziona tutti gli interlocutori che entrano in relazione durante le fasi di realizzazione e di confronto sull'elaborato concluso. Sarebbe limitante considerarlo un prodotto del singolo, perché è invece incardinato nel contesto e nella comunità in cui si sviluppa, diventandone espressione; sul rapporto tra portfolio e contesto George Roberts afferma:

> The compilation of a portfolio is essentially dialogic. We talk through them and elaborate our context, and contexts evolve. Contexts are interpreted, signifying, meaningful systems through which discourse is carried. All contexts are the product of previous contexts and contain within them echoes, traces and memories of earlier contexts. Contexts are 'interactionally constituted environments' that are in continuous flux. Portfolios instantiate these memories of former contexts.[99]

Attraverso la riflessione di Roberts, emerge la consapevolezza che il contesto è in continuo divenire, frutto di interazioni e di memorie di contesti precedenti, e il portfolio fotografa e documenta questi layer e queste tracce. L'evoluzione continua caratterizza il portfolio, il suo autore e la comunità di appartenenza.

[97] Ivi, p. 4.

[98] Ibidem.

[99] G. Roberts, *MyWorld e-Portfolios: Activity and Identity*, in «Brookes eJournal of Learning and Teaching», 1(4), 2006, p. 7.



Le dinamiche evolutive conducono lo sguardo verso le questioni temporali; la letteratura affronta questo aspetto che caratterizza il progetto del portfolio, collocandolo rispetto al percorso formativo compiuto e agli obiettivi posti dal suo autore; questo è il punto di vista di Linda Tain:

> The ideal portfolio is a product of its time. Just as there is no single, timeless ideal in fashion, there is no one style of portfolio that remains the standard forever.[100]

Viene nuovamente ribadita l'idea che il portfolio non possa essere concepito come modello standard ma, rispecchiando la complessità del progetto di moda e il costante superamento di riferimenti e immaginari da questo delineati, sia fortemente connesso all'unicità del suo autore e alla sua collocazione rispetto alla traiettoria intrapresa.[101] Per questo motivo, come evidenzia Tain, il portfolio «should be continually revised and updated to represent your most current self»;[102] non può essere pensato come un prodotto da progettare e mantenere inalterato nel tempo, ma va costantemente rivisto, editato e ripensato in base alle esperienze formative e professionali che si sommano nel tempo.
Un altro contribuito particolarmente interessante è rappresentato dal lavoro di Rossi, Pascucci, Giannandrea e Paciaroni che, nel campo delle scienze dell'educazione, hanno analizzato l'ePortfolio degli studenti della scuola primaria e secondaria; gli autori lo descrivono come un territorio dinamico nel quale l'individuo, attraverso una personale modalità di ricostruzione di un percorso che opera tra passato, presente e futuro, giunge a costruire la propria identità a partire da una traccia. Anche in questo caso il tempo rappresenta un tema fondamentale: da un lato il portfolio è il luogo in cui operare un'azione sul passato attraverso la memoria; il presente è il momento in cui definire la propria traiettoria, costruire una narrazione a partire dalle tracce passate per proiettarsi sul futuro, per delineare la promessa di ciò che si vuole diventare:

> Vi saranno gli artefatti prodotti durante le attività, le riflessioni che mostrano la significatività degli stessi (in relazione al soggetto) e motivi della scelta. [...] Le due tipologie di materiali richiesti (artefatti e riflessioni) richiedono non solo tipologie di scritture differenti, ma soprattutto andranno realizzate in tempi differenti. Alcuni passaggi potrebbero essere sincronici alle attività, altri sicuramente diacronici ed effettuati come ripensamento finale, come narrazione.[103]

I ricercatori mettono qui l'accento su un tempo che non è regolare, su fasi di lavoro non sincroniche, su processi non sequenziali, suggerendo un'azione sul portfolio che intreccia in modo rapsodico riflessioni, obiettivi, interventi sul proprio archivio e storytelling.
Analizzando quanto pubblicato dai diversi ricercatori sul portfolio, emerge in alcuni testi un'attenzione alle connessioni con l'identità, anche se spes-

[100] L. Tain, *Portfolio Presentation for Fashion Designers*, cit., p. 7.

[101] R. Collin, *Selling the Self: Career Portfolios and the New Common-sense of Immaterial Capitalism*, in «Social Semiotics», 21(5), 2011, p. 615.

[102] L. Tain, P*ortfolio Presentation for Fashion Designers*, cit., p. 8.

[103] P. G. Rossi, *Progettare e realizzare il portfolio*, cit., p. 20.

so la riflessione non trova un'adeguato approfondimento. Anna Kiper, ad esempio, afferma che «the designer's portfolio is the ultimate expression of their identity»,[104] mentre Steven Faerm individua come obiettivo quello di:

> Provide your viewer with a view of your creative self. Your aesthetics, work ethic, attention to detail, ability to solve problems and even the kind of employee you will be are all indicated in the portfolio's presentation.[105]

Già da queste riflessioni è chiaro che il portfolio non può essere solo una raccolta di progetti realizzati ma parla dell'identità dell'autore, condensa le caratteristiche che contraddistinguono la creatività e progettualità del singolo. Rossi, Pascucci, Giannandrea e Paciaroni evidenziano il ruolo attivo del portfolio nella definizione dell'identità attraverso un percorso di consapevolezza:

> Il fine principale del portfolio potrebbe essere visto proprio [...] in un processo di consapevolezza che permette da un lato al professionista di acquisire coscienza della propria identità, ad un tempo personale e professionale, dall'altra di auto-indirizzare la propria traiettoria evolutiva e trasformativa.[106]

Con queste parole i ricercatori sintetizzano chiaramente l'importanza rivestita dal portfolio nell'agevolare il percorso di auto-consapevolezza del suo autore, prendendo coscienza dell'identità che lo contraddistingue, e di definire il percorso evolutivo che si intende percorrere. Tuttavia in questo caso l'identità può apparire come un dato da scoprire attraverso il portfolio, qualcosa di stabile da trovare e mostrare; in altri punti del lavoro di ricerca condotto da questi autori, però, viene precisato che l'identità «non è concepibile come un costrutto individuale e stabile, ma è qualcosa che rinegoziamo continuamente, durante tutta la nostra vita, ed è costruita in un contesto sociale».[107] Viene in questo modo dichiarato che l'identità va costruita, inventata, negoziata all'interno di una comunità attraverso il rapporto tra sé e gli altri; e aggiungono:

> Nella presenza c'è sempre la traccia dell'assenza, così come nell'identità (il sé) c'è sempre la traccia dell'altro, nel presente è già la traccia del passato e del futuro.[108]

Queste parole sintetizzano chiaramente diversi aspetti emersi durante questa ricognizione. L'identità del singolo è sempre modellata dalla comunità in cui è inserito, presenza e assenza lasciano ugualmente traccia nel percorso formativo; questo percorso è catturato nel suo momento presente dal portfolio, ma parla di ciò che è stato e anticipa ciò che diventerà.
L'analisi della letteratura ha messo in evidenza che i temi coinvolti nell'inquadramento teorico di questo lavoro di ricerca sono quasi assenti dalla riflessione sul fashion portfolio, considerato quasi esclusivamente come un progetto grafico, ed è stato per questo necessario estendere la ricognizione ai testi relativi al portfolio formativo. Questa ricerca si propone quindi di ricomporre questa frammentarietà, di verificare e approfondire i temi emersi, indagando sul campo la loro relazione con il portfolio degli studenti di fashion design.

[104] A. Kiper, *Fashion Portfolio*, cit., p. 6.
[105] S. Faerm, *Design Your Fashion Portfolio*, cit., p. 75.
[106] P. G. Rossi, L. Giannandrea, P. Magnoler, *Portfolio e riflessione*, cit., p. 195.
[107] P. G. Rossi, G. Pascucci, L. Giannandrea, M. Paciaroni, *L'e-portfolio come strumento per la costruzione dell'identità*, in «Informations, Savoirs, Décisions, Médiations», 25, 2006, p. 7.
[108] Ivi, p. 3.



## 1.6 Il portfolio nelle scuole di moda

L'analisi sullo stato dell'arte si conclude con la mappatura del ruolo del portfolio all'interno di alcuni corsi in fashion design. Sono state prese in considerazione le cinque scuole ai vertici della classifica stilata nel 2017 da *The Business of Fashion*;[109] questo non è l'unico ranking esistente, ma l'impostazione non accademica e attenta alle dinamiche attive tra formazione e mondo del lavoro ha reso questa piattaforma editoriale un punto di riferimento per l'intero sistema della moda.
Per i corsi *Undergraduate* (BA)[110] le prime cinque scuole sono:
Central Saint Martins, Londra;
Parsons School of Design, New York;
Royal Academy of Fine Arts Antwerp, Anversa;
London College of Fashion, Londra;
Aalto University, School of Arts, Design and Architecture, Helsinki.
Per i corsi *Graduate* (MA) le prime cinque scuole sono:
Central Saint Martins, Londra;
IFM Paris, Parigi;
Royal College of Art, Londra;
Royal Academy of Fine Arts Antwerp, Anversa;
Fashion Institute of Technology, New York.

CENTRAL SAINT MARTINS (CSM)[111]
È presente un corso intensivo denominato *Fashion Folio* suddiviso in 3 step, della durata di circa 30 giorni ciascuno, con l'obiettivo di realizzare il «miglior portfolio di lavoro» possibile, da utilizzare per candidarsi a un corso di laurea, a una posizione lavorativa o per uno sviluppo personale.[112] Lo studente viene guidato nella realizzazione di un portfolio che rappresenti

> your own personal approach to fashion design. [...] Visual research, experimentation, idea development combined with unique presentation skills is at the focus of everything you do.

È interessante quanto afferma Anna Smith, Dean of Academic Programmes fino a maggio 2018:

[109] www.businessoffashion.com/education/rankings/2017 [consultato il 12 giugno 2018].
[110] Nel corso della tesi con «BA» ci si riferirà ai corsi di laurea di primo livello, «MA» per quelli di secondo livello.
[111] L'analisi si è basata sulle informazioni presenti all'interno dei siti Internet delle scuole.
[112] www.arts.ac.uk/csm/courses/foundation/fashion-folio/ [consultato il 13 giugno 2018].

> Fashion Folio continues to prove itself as one of the best places to begin fashion education. The diverse backgrounds of the students creates a lively and supportive environment in which to learn.

Va rilevato come il lavoro sul portfolio venga considerato un momento iniziale di un percorso di studi in moda e non conclusivo; il portfolio, dunque, può essere uno strumento di indagine sulla propria visione del progetto di moda e non solo un momento di sintesi.
Il corso indaga temi quali la ricerca visiva, disegno e illustrazione, sviluppo dell'idea progettuale, approccio a differenti media, layout e presentazione. Non si limita dunque agli aspetti grafici ma affronta diversi aspetti di sviluppo del progetto di moda. Questo corso è consigliato a chi volesse accedere al programma BA della Central Saint Martins. L'accesso ai corsi di laurea, infatti, avviene attraverso la valutazione di un portfolio di cui vengono fornite alcune indicazioni; viene richiesto un elaborato di 15-20 pagine che contenga: ricerca, sviluppo dell'idea progettuale, bozzetti, illustrazioni, shooting fotografico, immagini che dimostrino competenze, creatività e interesse per la moda.
La Central Saint Martins è parte, insieme al London College of Fashion e altre quattro università, della University of the Arts London.[113] Il sito Internet dedica una sezione specifica alla preparazione del portfolio, richiesto per accedere a qualsiasi corso delle sei università. Nel video di presentazione,[114] in cui intervengono diversi docenti e coordinatori di corsi, il portfolio viene definito come una finestra sul mondo dello studente che ne evidenzia le competenze, la personalità e il potenziale, ma è anche un'area di sperimentazione. È il biglietto d'ingresso a un corso di laurea e quindi è essenziale che sia realizzato in maniera eccellente, di facile comprensione e che dimostri al meglio le abilità dello studente attraverso una sintesi efficace dei migliori lavori e del processo progettuale; è qualcosa di cui essere orgogliosi perché andrà spiegato e raccontato durante il colloquio di ammissione. È uno strumento attraverso cui raccontare anche la propria identità. Il portfolio non deve includere solo progetti riusciti e conclusi ma anche tentavi falliti, idee non sviluppate, bozzetti iniziali, materiali in apparenza meno compiuti che in realtà possono mostrare meglio la personalità dell'autore e che risultano molto interessanti. La prima pagina è fondamentale e quindi si considera un errore iniziare dal progetto meno recente che, spesso, è quello più debole. Il consiglio è di iniziare e concludere il portfolio con i due progetti più rappresentativi. Si suggerisce di iniziare con un progetto valido, seguito da materiali e immagini che consentano di immergere l'interlocutore nel proprio viaggio, lungo la propria traiettoria, concludendo lo storytelling con un progetto altrettanto efficace. Il portfolio viene definito come:

> A collection of your work, or a 'visual diary', showing how your skills and ideas have developed over time. It demonstrates your creativity, personality, abilities and commitment, and helps us to evaluate your potential. […] It shows your ability to work with different materials and themes and to select your most successful pieces.

[113] www.arts.ac.uk/study-at-ual/apply/portfolio-preparation/ [consultato il 13 giugno 2018].
[114] https://youtu.be/NgjQ3Mmkjkw [consultato il 13 giugno 2018].



Viene raccomandato di inserire nel portfolio esempi della ricerca, sketchbook che dimostri una varietà di sperimentazioni e supporti utilizzati, sviluppi progettuali e capi realizzati, prediligendo i lavori più recenti anche se non sono conclusi. Vengono anche fornite alcune indicazioni pratiche su formato, dimensioni, struttura e ordine dei materiali. Il portfolio può avere qualsiasi formato, dipende dal lavoro che contiene, ma è importante che sia pratico da portare; non c'è limite ai materiali inclusi, ma vanno selezionati solo i migliori; bisogna distribuire con attenzione e logica i materiali sulla pagina, dando il giusto equilibrio; il portfolio deve mostrare varietà e creatività.

### PARSONS SCHOOL OF DESIGN[115]

Questa università richiede l'invio del portfolio per l'accesso ai corsi in fashion design; sul sito non è dedicata una sezione specifica a questo tema, ma compaiono alcune indicazioni per la realizzazione del portfolio. Viene richiesto, genericamente, un elaborato di 8/12 pagine che includa diverse tipologie di materiali e che mostri la sperimentazione e l'ampiezza del proprio lavoro.
È attivo un corso intensivo denominato *Fashion portfolio*[116] che guida gli studenti a editare i propri lavori in modo da realizzare un portfolio che «accurately tells the story of your talent». L'attenzione è dedicata sia alla versione cartacea, più tradizionale, che a quella digitale. Tra gli obiettivi del corso sono inclusi il perfezionamento del processo progettuale, il miglioramento della narrazione della propria storia e sensibilità creativa attraverso una presentazione visiva, il rafforzamento della connessione tra idea progettuale e esito finale.

### ROYAL ACADEMY OF FINE ARTS ANTWERP[117]

Per accedere ai corsi MA è necessario inviare un portfolio digitale che consiste in:

> A collection of your artistic work (sketchbooks, illustrations, drawings…), which shows how your artistic abilities and ideas have progressed over the last years.

In questo caso, quindi, viene data importanza all'evoluzione del percorso formativo e dell'approccio progettuale dello studente. Il portfolio deve evidenziare il bagaglio artistico dello studente. Le fasi di ricerca e il processo progettuale sono importanti tanto quanto gli esiti; viene chiesto di indicare la data in cui è stato realizzato il progetto, i materiali utilizzati, il proprio ruolo se si tratta di un lavoro di gruppo. Nello specifico il portfolio deve includere le immagini delle collezioni precedenti e tutti gli aspetti coinvolti: ricerca, scelta tessuti e colori, silhouettes, bozzetti.

[115] www.newschool.edu/parsons/admission-undergraduate-babfa-application-instructions/ [consultato il 13 giugno 2018].
[116] opencampus.newschool.edu/courses/CEPSFINE/6719/PCFD/0501/A/fashion-portfolio/ [consultato il 13 giugno 2018].
[117] www.ap.be/royal-academy/admission-procedure-master-arts-visual-arts/2024 [consultato il 13 giugno 2018].

LONDON COLLEGE OF FASHION[118]
L'università ha istituito un corso breve denominato *Fashion portfolio – Design and development*, della durata di 26 ore. Nella presentazione del corso si afferma che:

> Your portfolio is the ticket to your future, so it needs to be right. It must play to your strengths, demonstrating the skills and knowledge you've built. We'll show you how to refine and strengthen the visual impact of your existing work, and make sure your portfolio does you justice.

Il corso prevede una revisione della versione elaborata precedentemente dagli studenti, una presentazione degli stili di layout, dei formati, delle modalità di articolazione del portfolio, usando differenti media in grado di sviluppare una narrativa visuale che rafforzi l'impatto dei progetti realizzati.
È stato avviato anche un corso intensivo di una settimana denominato *Fashion portfolio preparation*,[119] rivolto a studenti di 16-18 anni che non abbiano ancora sviluppato progetti di moda. L'obiettivo, in questo caso, non è solo introdurre alla realizzazione del portfolio ma alla creazione dei contenuti da inserire all'interno; il corso, infatti, prevede visite a biblioteche e musei per sviluppare ricerche che possano trasformarsi in un progetto di moda.

AALTO UNIVERSITY, SCHOOL OF ARTS, DESIGN AND ARCHITECTURE[120]
Non risultano corsi specifici sul fashion portfolio all'interno del piano di studi. Vengono però fornite alcune indicazioni per realizzare il portfolio da presentare insieme alla domanda di ammissione ai Master. In generale si evidenza che il portfolio dovrebbe contenere i lavori migliori e più in linea con il corso di studi che si intende frequentare. Viene indicato di modificare il portfolio realizzato durante gli studi precedenti per rispondere alle richieste della Aalto:

> Your own school may have its own requirements for a portfolio, and they may not be the same as ours, so you may need to modify your portfolio before submitting it to us.

Si evidenzia così il forte legame tra scuola e portfolio di ogni suo studente, tra l'identità della comunità e quella del singolo. In riferimento ai contenuti del portfolio, il documento suggerisce di non presentare più di 5/7 progetti, inserendo sia immagini che brevi testi che aiutino a comprendere l'input progettuale, il contesto e le modalità di sviluppo dell'idea creativa. Si suggerisce di prestare attenzione anche al progetto grafico del portfolio, perché aiuta a comprendere i progetti e li rende più interessanti, ma si ribadisce che la qualità dei singoli progetti rimane l'aspetto più importante nella valutazione.

[118] www.arts.ac.uk/fashion/courses/short-courses/fashion-design-courses/portfolio-development/ [consultato il 13 giugno 2018].

[119] www.arts.ac.uk/fashion/courses/short-courses/under-18/fashion-portfolio-preparation/ [consultato il 13 giugno 2018].

[120] https://into.aalto.fi/download/attachments/1185669/How%20to%20make%20your%20portfolio.pdf?version=1&modificationDate=1511791246564&api=v2 [consultato il 13 giugno 2018].



IFM Paris[121]
All'interno dei corsi in Fashion Design è prevista una sezione denominata *Communication and Art Direction* che prevede *Portfolio construction and Interview coaching*. L'obiettivo è di imparare a comunicare il proprio universo creativo, studiando come adattare le modalità comunicative rispetto ai diversi attori del sistema della moda e trasformando il portfolio in uno strumento realmente professionale. Non è però presente un dettaglio delle attività previste e dell'approccio al portfolio.

ROYAL COLLEGE OF ART[122]
Vengono fornite alcune indicazioni sul portfolio da presentare per l'ammissione ai corsi di laurea. È richiesto, in generale, di presentare le versioni cartacee di almeno quattro progetti recenti, includendo ricerca, sviluppo progettuale, illustrazioni, disegni tecnici e foto degli outfit realizzati.
Nel piano di studi sono inseriti corsi specifici sul portfolio con l'obiettivo di realizzarne uno digitale, da presentare eventualmente per accedere a successivi livelli di formazione. Come riportato nel testo di presentazione, gli studenti vengono supportati nella selezione dei materiali e presentazione dei lavori che dovranno comunicare in modo articolato le abilità e la consapevolezza del contesto. Sono inoltre incoraggiati a sviluppare la propria visione e identità. Viene sottolineato che il portfolio deve focalizzarsi sulle tecniche di comunicazione e sulle abilità dello studente di presentare il proprio lavoro in modo coerente e convincente.

FASHION INSTITUTE OF TECHNOLOGY[123]
Per accedere ai corsi di laurea viene richiesto l'invio di un portfolio. Sul sito dell'università il portfolio viene definito «a visual essay about yourself». In generale viene suggerito di inserire soprattutto lavori sviluppati a partire da un'osservazione diretta, ovvero da disegni dal vero che possono includere autoritratti, nature morte, figurini, paesaggi, interni; si consiglia di adottare differenti modalità di disegno. La grande attenzione al disegno risponde all'impostazione dei corsi di laurea, che sono particolarmente orientati alla capacità di esprimersi graficamente.
I corsi di fashion design, infatti, riguardano «the flow and movement of a garment on the body».
Per questi motivi:

[121] www.ifm-paris.com/en/component/flexicontent/items/item/53846-majeure-vetement.html [consultato il 13 giugno 2018].

[122] www.rca.ac.uk/schools/school-of-design/menswear/ma-description/
www.rca.ac.uk/schools/school-of-design/menswear/ma-entrance/
www.rca.ac.uk/schools/graduate-diploma-art-design/programme-description/ [consultati il 13 giugno 2018].

[123] www.fitnyc.edu/admissions/apply/portfolio/fashion-design-aas.php
www.fitnyc.edu/admissions/apply/portfolio/tips.php [consultati il 13 giugno 2018].

> Your artwork should reflect your understanding of how to move the eye across a piece of paper or canvas using line and color, light and dark, balance and rhythm, all of which help form the concepts of design and composition.

Viene comunque indicata la possibilità di inserire lavori che riflettano la creatività e il senso progettuale, ma viene considerata meno rilevante. Vengono poi fornite alcune indicazioni molto precise su come realizzare il portfolio e, nello specifico, la suddivisione in diverse parti: un saggio, per indagare la capacità di scrittura dello studente, che sviluppi un tema come, ad esempio, un possibile dialogo con un designer del presente o del passato; un progetto Mix-and-Match (da 3 a 6 pagine), creando un moodboard, una breve descrizione dell'ispirazione e della stagione dell'anno per cui è progettato, il disegno di due outfit colorati con campioni di tessuto; quattro bozzetti (da 4 a 8 pagine) anche di progetti diversi, disegnati a figura intera, con scansione del tessuto e una frase che descriva l'ispirazione progettuale di ogni disegno; un progetto realizzato (da 4 a 9 pagine), in cui si vedano due o tre capi tagliati e cuciti dallo studente, per valutarne le capacità tecniche.
Non risultano corsi specifici sul portfolio all'interno del piano di studi.

## Conclusioni

Nel corso di questo capitolo è stato definito e descritto l'oggetto della ricerca: il portfolio degli studenti di fashion design, elaborato grafico che raccoglie, seleziona e racconta i progetti sviluppati durante il loro percorso formativo. La sua complessità, l'essere in costante evoluzione, la stretta connessione con la questione temporale e la relazione con il contesto lo rendono un oggetto di indagine particolarmente interessante, caratterizzato tanto da una dimensione materiale che da una immateriale. La ricerca si propone di sostenere che il portfolio non rappresenti solo una sintesi di esperienze concluse, ma sia a sua volta un progetto che prende avvio da esercizi progettuali passati per definire, attraverso azioni di riprogettazione, ricodificazione e post-produzione, la traiettoria del suo autore. L'indagine vuole quindi mettere in evidenza le componenti coinvolte nel portfolio, la complessità intrinseca, le diverse voci contenute e le opportunità offerte, incentivando una riflessione anche sulle possibili modalità di insegnamento e sulle discipline da coinvolgere per una corretta esperienza didattica.
L'inquadramento teorico ha definito il portfolio come un giardino delle identità, un luogo protetto ma non isolato, uno spazio circondato da un limite poroso che consente uno scambio continuo tra dentro e fuori, tra l'io e l'altro, tra lo studente e il contesto; il portfolio, dunque, registra queste tensioni, queste relazioni. L'ambiente formativo è determinante nello sviluppo dello studente e, di conseguenza, di quanto si sedimenta nel portfolio; il contesto assume i tratti di un dispositivo, un soggetto normativo, che impone una rete di regole al cui interno ciascuno prova a districarsi, a esplorare e a definirsi. Il progetto del portfolio guida lo studente in questo percorso di ricerca e scoperta, consente la definizione – e invenzione – di molteplici identità che si depositano nel portfolio stesso. Attraverso uno storytelling visivo, che connette frammenti progettuali sviluppati durante il percorso formativo,



emerge l'identità narrativa dello studente; in questa operazione autoriale, un ruolo fondamentale è ricoperto dal pubblico, dalla visione del soggetto elaborata dagli altri, dalle relazioni che modellano nel tempo il progettista e che si traducono in un'identità sociale, strettamente connessa al concetto di self-fashioning; negli ultimi anni lo studente è sempre più parte di comunità virtuali, di reti provvisorie – espresse dai social network – in cui le reazioni istantanee del pubblico trasformano il singolo in autore collettivo, facendo emergere una sua identità in rete, plurale e polifonica; a queste diverse identità si può affiancare l'identità progettuale, che aggiunge una tensione al cambiamento a partire dalle specificità individuali inquadrate nel contesto.
Successivamente si è definita la metodologia con cui indagare il portfolio e si è rivelato necessario ibridare diversi approcci per affrontare la complessità dell'oggetto di studio. I fashion studies, la cultura visuale e la cultura materiale si integrano per comporre un supporto metodologico in grado di analizzare le modalità di narrazione visiva e il lavoro sulle immagini, attraverso l'osservazione di un campione di portfolio e l'interpretazione dei diversi processi seguiti; l'analisi di questi artefatti non si limita al loro aspetto materiale ma intreccia questioni immateriali che legano il portfolio, il suo autore e il processo di realizzazione; un ulteriore contributo metodologico deriva dall'antropologia che consente di sviluppare un lavoro di ricerca sul campo, osservando da vicino gli studenti in relazione al proprio portfolio e al contesto in cui agiscono, accedendo al loro punto di vista e documentando le dinamiche attive attorno all'oggetto d'indagine.
Si è intrapreso, in seguito, un confronto con i ricercatori che si sono già occupati del fashion portfolio, analizzando la letteratura esistente. Questi testi, che si caratterizzano principalmente come manuali per studenti di fashion design, sono stati pubblicati nell'ultimo decennio e pongono l'attenzione principalmente sulla dimensione materiale del portfolio, fornendo consigli di grafica e comunicazione visiva. Alcuni autori sfiorano temi sollevati da questa ricerca, senza però sviluppare una riflessione approfondita; si è reso quindi necessario estendere l'analisi al lavoro di ricercatori che hanno indagato il portfolio come strumento formativo adottato in campo educativo.
A partire dalla ricognizione sulle definizioni di portfolio, è emersa la complessità dell'oggetto d'indagine e la diversità di punti di vista. Il portfolio viene descritto come una raccolta di materiali realizzati durante un percorso formativo o professionale, una selezione non casuale ma mirata al raggiungimento di un obiettivo predefinito. Da un lato è considerato uno strumento di comunicazione, narrazione e messa in mostra delle proprie competenze e delle relazioni con il contesto; dall'altro rappresenta anche uno strumento formativo per l'autore, che è contemporaneamente soggetto e oggetto del portfolio, luogo di autoriflessione e autoconsapevolezza.
Alcuni autori hanno provato a definire le fasi che consentono la realizzazione del portfolio, portando lo studente a riflettere sul proprio percorso personale e professionale; attraverso le fasi di raccolta, selezione, riflessione, connessione, direzione e pubblicazione lo studente può elaborare un portfolio su misura, perfettamente rispondente agli obiettivi fissati. Analizzando la letteratura esistente, vengono anche evidenziate alcune differenze tra il portfolio cartaceo, quello digitale e i social network, considerati una modalità

contemporanea per narrare le identità di un fashion designer; emerge che il processo di riflessione che caratterizza il portfolio tradizionale si riduce significativamente negli altri formati, lasciando spazio a una narrazione costituita da connessioni tra contenuti e persone, da commenti e condivisioni all'interno di una rete coautoriale.
Dal confronto con questi autori, sono emersi alcuni temi individuati dall'inquadramento teorico della ricerca, anche se in modo frammentato e a volte poco approfondito. È apparsa la connessione tra portfolio e narrazione, intesa non solo come racconto dei progetti sviluppati in precedenza ma come storytelling del percorso formativo, delle conoscenze acquisite e delle relazioni instaurate. È emersa inoltre l'idea che il portfolio non limiti la sua azione all'autore, ma condizioni tutti gli interlocutori coinvolti sia durante le fasi di realizzazione che nel confronto sull'elaborato concluso; per questo motivo l'evoluzione costante non appartiene solo al portfolio, ma anche al suo autore e al contesto in cui agisce, frutto di interazioni e di memorie di contatti precedenti. Alcuni ricercatori hanno sottolineato quanto la dimensione temporale condizioni l'azione dello studente: il portfolio è il luogo in cui operare un'azione sulle tracce del passato, con la consapevolezza del presente, costruendo una narrazione che delinei la promessa di ciò che si vuole divenire. Dall'analisi della letteratura è infine emerso il tema dell'identità, centrale in questa ricerca; il portfolio viene descritto come strumento che consente al suo autore di sviluppare un percorso di auto-consapevolezza, prendendo coscienza della propria identità e definendo il percorso evolutivo che si intende percorrere.
Il capitolo si è concluso con una mappatura del ruolo del portfolio all'interno di alcuni corsi internazionali in fashion design, dimostrando come ogni scuola gli riconosca un ruolo differente all'interno del progetto didattico. In molti casi non è previsto un corso dedicato, in altri è pensato come corso breve e intensivo collocato in diversi momenti del percorso formativo di uno studente: può essere collocato alla conclusione degli studi, all'inizio o, addirittura, antecedente se pensato nell'ottica di realizzare il portfolio per l'ammissione al corso. Alcune scuole infatti richiedono un portfolio per valutare i candidati da ammettere ai corsi di laurea; alcune lasciano maggiore libertà, chiedendo di raccontare in modo articolato i propri riferimenti progettuali, il percorso formativo compiuto, le competenze, l'immaginario delineato e l'universo creativo; altre scuole richiedono un portfolio molto sintetico e aderente a un modello fornito.
È emerso che in alcuni casi il corso sul portfolio interviene quasi esclusivamente sui temi della grafica e comunicazione visiva, in altri invece è un momento in cui creare contenuti da inserire all'interno. Dall'analisi emergono visioni nettamente diverse sul fashion portfolio: alcune scuole chiedono di documentare l'intero iter progettuale, dimostrando competenze, creatività e interessi; altre consigliano di includere tentativi falliti e idee non sviluppate perché spesso risultano più efficaci nel descrivere l'identità dello studente; altre sono interessate a testi che descrivano l'input progettuale, il contesto e l'approccio seguito; altre ancora pongono particolare attenzione al disegno, incentivando l'adozione di diverse modalità grafiche che mostrino la manualità dello studente.



Il primo capitolo ha dunque evidenziato la complessità dell'oggetto di indagine e la necessità di sviluppare un percorso di ricerca che consenta di verificare e approfondire i temi individuati, osservando da vicino il fashion portfolio e i suoi autori.

# 2 IL DISEGNO DELLA RICERCA SUL CAMPO

Dopo aver definito nel primo capitolo l'oggetto della ricerca, l'inquadramento teorico nel quale si colloca, le domande, le ipotesi e gli obiettivi che muovono l'indagine, anche grazie all'analisi critica della letteratura esistente, si procede ora con la descrizione degli strumenti adottati durante il lavoro di ricerca sul campo e le caratteristiche dei diversi interventi.
L'argomentazione condotta fino a questo momento ha permesso di definire il portfolio come un giardino nel quale confluiscono, si definiscono o si creano le diverse identità del suo autore: l'identità narrativa, che emerge dalla connessione di frammenti progettuali attraverso uno storytelling visivo; l'identità sociale, che si fonda sulle relazioni instaurate dall'autore con il contesto e sulla loro influenza reciproca; l'identità in rete, che caratterizza l'azione del singolo all'interno delle comunità virtuali proprie dei social network; l'identità progettuale, che evidenzia il percorso di crescita ed evoluzione compiuto dallo studente all'interno del contesto formativo.

## 2.1 La ricerca sul campo

La ricerca si è sviluppata attraverso un lavoro sul campo caratterizzato da strumenti della ricerca etnografica, quali l'osservazione partecipante e le interviste, che hanno consentito di documentare e analizzare le riflessioni dei soggetti coinvolti e le loro azioni rispetto all'oggetto d'indagine, le dinamiche con cui uno studente struttura uno storytelling visivo e le modalità con cui le relazioni con il contesto si sedimentano nel portfolio e modificano l'azione del singolo.
In questo capitolo, quindi, viene esplicitato il disegno della ricerca sul campo, l'individuazione dei casi studio, la struttura degli interventi previsti – quali focus group, interviste e workshop –, la descrizione dei soggetti coinvolti e le relative cautele metodologiche.
Il lavoro sul campo ha richiesto una fase preliminare in cui pianificare e dettagliare i singoli interventi, come definito da Vanda Zammuner, docente di psicologia dello sviluppo e della socializzazione all'Università di Padova:

> Con il termine "disegno di ricerca" ci si riferisce a tutti gli aspetti inerenti alla pianificazione e conduzione di una ricerca, ivi comprese le fasi di analisi dei dati raccolti, e l'interpretazione e presentazione finale dei risultati.[1]

Durante questa fase, quindi, sono stati individuati e progettati tutti gli strumenti e le azioni utili a indagare l'oggetto di studio da differenti prospettive, portando in evidenza le diverse identità dell'autore che si intrecciano nel portfolio.

[1] V. L. Zammuner, *Tecniche dell'intervista e del questionario*, Il Mulino, Bologna 1998, p. 51.

Innanzitutto è stato deciso di sviluppare un focus group, durante il quale un gruppo di studenti, docenti e professionisti ha discusso le questioni iniziali sollevate dalla ricerca, per fornire un primo riscontro sulle ipotesi formulate; successivamente altri soggetti sono stati intervistati individualmente sui vari temi caratterizzanti l'inquadramento teorico. Si è passati quindi a osservare in modo più attento l'oggetto di studio, attraverso un'analisi visiva di alcuni portfolio di studenti, sia nella forma più tradizionale – una sequenza di pagine in formato cartaceo o digitale – che come storytelling definito attraverso un profilo su Instagram. Infine alcuni gruppi di lavoro sono stati oggetto di un'osservazione partecipante, attraverso due tipologie di workshop che hanno consentito di analizzare le azioni compiute durante la realizzazione del portfolio, l'impatto del contesto sulle loro scelte e le trasformazioni attuate nel corso dell'esperienza didattica.
La ricerca sul campo è iniziata a maggio 2017 ed è proseguita fino a settembre 2018, coinvolgendo studenti e giovani laureati in design della moda, oltre a un piccolo nucleo di docenti e professionisti che operano in modo specifico con il portfolio. L'indagine non è stata progettata per essere a carattere quantitativo bensì qualitativo, attraverso una ricognizione esplorativa sul portfolio, documentando le considerazioni dei soggetti coinvolti, la loro percezione di questo strumento, le criticità riscontrate, le modalità di realizzazione, l'influenza del contesto e il ruolo delle diverse identità dell'autore.
L'analisi dei risultati ottenuti durante il lavoro di ricerca sul campo si è concentrata su tre elementi: le parole, ovvero le opinioni raccolte attraverso focus group e interviste; le immagini, che raccontano visivamente il portfolio di alcuni studenti; infine l'esperienza didattica, condotta attraverso i workshop incentrati sulla costruzione del portfolio.
Tutti gli interventi della ricerca sul campo sono stati audioregistrati e, limitatamente ai workshop, documentati fotograficamente, per poter essere in seguito trascritti e analizzati. Di seguito vengono presentate nel dettaglio le diverse attività che hanno costituito il fieldwork, le modalità con cui sono state progettate e i contesti in cui si sono svolte.

## 2.2 Contesti

Nella progettazione della ricerca sul campo una delle prime decisioni ha riguardato l'individuazione dei casi studio e nella selezione dei soggetti da coinvolgere nelle diverse attività previste. Questo lavoro ha interessato due università pubbliche italiane che abbiano attivi corsi di laurea in design della moda: il Politecnico di Milano e l'Università Iuav di Venezia.[2] La decisione di sviluppare l'indagine in ambito pubblico è dettata dalla volontà di contribuire al dibattito in corso sulla formazione di moda in Italia, a cui recentemente è stato dedicato il libro *White Book. Imparare la moda in Italia*, nato da un'idea della Commissione Formazione del Tavolo Moda e Accessorio, strumento costituito nel gennaio 2016 presso il Ministero dello Sviluppo Economico.[3]

[2] Nelle pagine seguenti verrà a volte utilizzata la dicitura «PoliMi» per indicare il Politecnico di Milano, «Iuav» per l'Università Iuav di Venezia.

[3] *White book. Imparare la moda in Italia*, Marsilio, Venezia 2018.



Sviluppare una ricerca di dottorato sul portfolio degli studenti di moda di università pubbliche in Italia significa anche ribadire in ambito accademico la complessità di questa disciplina, la ricchezza dei temi che attiva, l'importanza di riflettere sulle dinamiche coinvolte nel progettazione della moda e la necessità di valorizzare le diversità che la caratterizzano.
La scelta dei casi studio è stata agevolata e resa possibile da una conoscenza diretta delle due situazioni: con lo Iuav collaboro da alcuni anni come assistente alla didattica nei laboratori di progettazione, al PoliMi la docente che tiene il corso sul portfolio per gli studenti del terzo anno BA si è dimostrata particolarmente interessata a confrontarsi con un punto di vista diverso rispetto al proprio approccio, più incentrato sulle questioni di grafica e comunicazione visiva. Proporre un lavoro di ricerca sul campo all'interno di un corso di studi, coinvolgendo un gruppo di studenti e lavorando attorno a un oggetto come il portfolio, infatti, richiede un atto di fiducia da parte delle scuole coinvolte; significa essere disposti a raccontarsi, attraverso gli studenti e i loro progetti, mettendo anche in discussione le proprie modalità didattiche. Come già sottolineato, ritengo che il portfolio possa restituire non solo l'immagine dell'autore ma, indirettamente, anche della scuola in cui si forma; viene comunicato un approccio al progetto di moda, dichiarando quali aspetti del processo progettuale sono considerati più rilevanti nella narrazione.
Oltre ai due casi italiani ho ritenuto importante individuare anche una realtà internazionale presso cui svolgere alcune fasi del fieldwork e che potesse rappresentare un primo riscontro rispetto alla situazione italiana, anticipando un possibile sviluppo futuro di questa ricerca. Anche in questo caso la scelta è ricaduta su un'università pubblica con cui era già attiva una conoscenza diretta: l'Escola d'Art i Superior de Disseny (EASD) di Alcoi in Spagna. Una docente, che conosce la realtà italiana e in particolare lo Iuav, presso cui ha svolto un dottorato di ricerca in cotutela, si è da tempo dimostrata interessata a sviluppare relazioni con altre università per riflettere sulla didattica del design della moda e questa ricerca si è dimostrata una valida occasione di confronto.
La ricerca sul portfolio si è trasformata anche in un'esplorazione delle tre università selezionate e, di conseguenza, di diversi approcci al progetto di moda e differenti modelli didattici. Intervistare gli studenti, analizzare il loro portfolio e osservarli durante il processo di realizzazione ha permesso di definire il loro approccio al progetto di moda e, almeno in parte, le identità dei contesti a cui appartengono.
Come previsto, la mia presenza all'interno dei tre contesti individuati non è stata percepita allo stesso modo dai soggetti coinvolti. Al PoliMi e all'EASD non si partiva da una conoscenza precedente allo svolgimento delle interviste e dei workshop e, quindi, né loro né io abbiamo lavorato con pregiudizi; allo Iuav, invece, sono risultato parte del contesto analizzato,[4] in quanto il lavoro è stato svolto con docenti e studenti con cui mi ero già relazionato in precedenza. In questo caso, i soggetti si sono dimostrati meno intimori-

[4] T. Plowman, *Ethnography and Critical Design Practice*, in B. Laurel (a cura di), *Design Research. Methods and Perspectives*, The MIT press, Cambridge-Londra 2003, p. 32.

ti nell'esprimere le loro opinioni, meno vincolati dalla paura di un giudizio esterno; allo stesso tempo, però, alcuni studenti hanno prestato minore attenzione alle richieste e alle tempistiche, perché meno condizionati da una presenza esterna. Tuttavia ritengo che i risultati ottenuti non abbiano subito alterazioni significative e siano da considerare pienamente idonei per l'analisi e lo sviluppo della ricerca.
Gli studenti coinvolti nelle diverse attività del fieldwork sono stati indicati dai coordinatori dei corsi o dai docenti che si sono resi disponibili allo svolgimento della ricerca; l'unica eccezione riguarda gli studenti del Politecnico di Milano coinvolti nei workshop, poiché – come richiesto dalla docente – hanno partecipato su base volontaria, dopo aver assistito a una mia presentazione relativa ai temi coinvolti nella ricerca. Ritengo importante sottolineare che gli studenti coinvolti nelle diverse università non rappresentano l'intero contesto del quale fanno parte, non sono stati selezionati con l'obiettivo di costituire un campione statistico in grado di restituire la completa identità della loro scuola. Rappresentano solo una parte del loro ambiente formativo e, probabilmente, sono stati indicati dai loro docenti per aver dimostrato nel tempo una maggiore qualità progettuale e la disponibilità a essere coinvolti in nuovi progetti e attività formative; possono essere considerati un campione ideale che consente di sviluppare l'indagine e la riflessione in modo intenso ed efficace.
Ho deciso di mantenere l'anonimato dei soggetti coinvolti nella ricerca sul campo per evitare che le opinioni, le riflessioni, i materiali visivi e tutti gli altri dati possano essere ricondotti ai rispettivi autori, dato che si tratta di informazioni e progetti personali.
La tabella che segue elenca tutti i soggetti coinvolti nel fieldwork, attraverso un codice che verrà utilizzato per identificarli nel corso dell'indagine, l'università di appartenenza, l'attività a cui hanno preso parte, la data, la modalità e il ruolo al momento dell'attività.

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| S01 | Iuav | Studente 1° anno BA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S02 | Iuav | Studente 2° anno BA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S03 | Iuav | Studente 3° anno BA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S04 | Iuav | Studente 1° anno MA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S05 | Iuav | Studente 1° anno MA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S06 | Iuav | Studente 2° anno MA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S07 | Iuav | Studente 2° anno MA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S08 | Iuav | Laureato BA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S09 | Iuav | Laureato BA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S10 | Iuav | Laureato MA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S11 | Iuav | Docente BA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S12 | Iuav | Docente MA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S13 | Iuav | Docente MA | Focus group | Maggio 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S14 | Iuav | Studente 3° anno BA | Intervista+Workshop SELF | Settembre 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S15 | Iuav | Studente 3° anno BA | Intervista+Workshop SELF | Settembre 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S16 | Iuav | Studente 3° anno BA | Intervista+Workshop SELF | Settembre 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S17 | Iuav | Studente 2° anno MA | Intervista+Workshop SELF | Settembre 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S18 | Iuav | Studente 2° anno MA | Intervista+Workshop SELF | Settembre 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S19 | EASD | Studente 4° anno BA | Workshop SELF | Dicembre 2017 | Dal vivo all'EASD |
| S20 | EASD | Studente 4° anno BA | Workshop SELF | Dicembre 2017 | Dal vivo all'EASD |
| S21 | EASD | Studente 4° anno BA | Workshop SELF | Dicembre 2017 | Dal vivo all'EASD |
| S22 | EASD | Studente 3° anno BA | Workshop SELF | Dicembre 2017 | Dal vivo all'EASD |
| S23 | EASD | Studente 3° anno BA | Workshop SELF | Dicembre 2017 | Dal vivo all'EASD |
| S24 | EASD | Docente BA | Intervista | Dicembre 2017 | Dal vivo all'EASD |
| S25 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop SELF | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S26 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop SELF | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S27 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop SELF | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S28 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop SELF | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S29 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop SELF | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S30 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop ALIUS | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S31 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop ALIUS | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S32 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop ALIUS | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S33 | PoliMi | Studente 3° anno BA | Workshop ALIUS | Maggio 2018 | Dal vivo al PoliMi |
| S34 | Iuav | Studente 1° anno MA | Workshop ALIUS | Settembre 2018 | Dal vivo allo Iuav |
| S35 | Iuav | Studente 1° anno MA | Workshop ALIUS | Settembre 2018 | Dal vivo allo Iuav |
| S36 | Iuav | Studente 1° anno MA | Workshop ALIUS | Settembre 2018 | Dal vivo allo Iuav |
| S37 | Iuav | Studente 1° anno MA | Workshop ALIUS | Settembre 2018 | Dal vivo allo Iuav |
| S38 | Iuav | Laureato BA | Intervista | Ottobre 2017 | E-mail |
| S39 | Iuav | Laureato BA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S40 | Iuav | Laureato BA | Intervista | Ottobre 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S41 | Iuav | Laureato MA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S42 | Iuav | Laureato MA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S43 | Iuav | Laureato MA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S44 | Iuav | Laureato MA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S45 | Iuav | Laureato MA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S46 | Iuav | Studente 2° anno MA | Intervista | Ottobre 2017 | Dal vivo allo Iuav |
| S47 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S48 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S49 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S50 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Ottobre 2017 | Skype |
| S51 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Novembre 2017 | Skype |
| S52 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Novembre 2017 | Skype |
| S53 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Novembre 2017 | Skype |
| S54 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Novembre 2017 | Skype |
| S55 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Novembre 2017 | Skype |
| S56 | PoliMi | Laureato BA | Intervista | Novembre 2017 | Skype |
| S57 | PoliMi | Docente BA | Intervista | Maggio 2018 | Dal vivo allo PoliMi |
| S58 | | Professionista | Intervista | Settembre 2017 | Dal vivo nel suo ufficio |
| S59 | | Professionista | Intervista | Ottobre 2017 | Dal vivo nel suo ufficio |
| S60 | | Professionista | Intervista | Aprile 2018 | Dal vivo nel suo ufficio |
| S61 | | Professionista | Intervista | Aprile 2018 | Dal vivo nel suo ufficio |

Di seguito vengono presentati brevemente i tre casi studio selezionati per la ricerca sul campo, evidenziando la struttura dei corsi di laurea in moda e il ruolo ricoperto dal portfolio all'interno del progetto didattico, in base alle informazioni presenti sui propri siti Internet.

### 2.2.1 Università Iuav di Venezia

Dal 2005 è attivo il corso di laurea triennale in Design della moda e Arti multimediali (curriculum Design della moda),[5] a cui si è affiancato, dal 2010, il corso di laurea magistrale in Arti visive e Moda (curriculum Moda).[6]
Come si evince dalla struttura del piano di studi e dal testo di presentazione presente sul sito, il corso triennale si fonda su laboratori di design del vestito, dell'accessorio e di tecniche sartoriali, su insegnamenti storico-critici, di scienze sociali e antropologiche, di comunicazione. Attraverso esperienze di disegno, modellistica e progettazione, si giunge alla definizione di una collezione, passando per lo studio e la ricerca sui materiali. Nei laboratori di progettazione, uno per ogni semestre, gli studenti lavorano con la direzione di designer impegnati professionalmente nel settore della moda. Il corso di laurea magistrale è impostato in modo simile al precedente, ponendo al centro della proposta formativa i laboratori avanzati di progettazione, contenitori didattici flessibili e personalizzabili. Qui ogni studente ha la possibilità di realizzare progetti individuali e sperimentare metodologie partecipative, affinando le proprie potenzialità creative, sviluppando capacità critiche e imparando a elaborare visioni strategiche.
Al portfolio non è dedicato un corso specifico, ma diventa oggetto di riflessione all'interno dell'insegnamento denominato Concept Design, durante il secondo anno BA, che affronta diversi aspetti del progetto di moda; come si legge nel programma didattico:

> Il corso in particolare metterà in relazione il Concept design con la costruzione del portfolio di presentazione dei progetti e si concentrerà anche sul rapporto fra Concept design e curating (con particolare attenzione al self-curating, cioè a tutti quegli aspetti che gli studenti devono prendere in considerazione nel momento in cui affrontano la presentazione del proprio progetto).[7]

Non si considerano, quindi, solo le questioni legate al suo progetto grafico, ma si pone l'attenzione sui temi del self-curating, considerando in questo modo il portfolio come un'operazione attraverso cui agire sul proprio archivio di progetti, selezionando ed esponendoli, strutturando uno storytelling che racconti agli altri una propria identità.

[5] http://www.iuav.it/Didattica1/nuovicorsi/LAUREE-TRI/Design-del/curriculum/index.htm [consultato il 10 settembre 2018].

[6] http://www.iuav.it/Didattica1/nuovicorsi/LAUREE-MAG/Arti-visiv/curriculum1/ [consultato il 10 settembre 2018].

[7] https://iuav.esse3.cineca.it/Guide/PaginaADErogata.do;jsessionid=5D3BB3A50CEB0BC88A667056DE4D7FB0.esse3-iuav-prod-02?ad_er_id=2018*N0*N0*S2*18270*5790&ANNO_ACCADEMICO=2018&mostra_percorsi=N [consultato il 9 maggio 2018].



### 2.2.2 Politecnico di Milano

Dal 2008 sono attivi il corso di laurea triennale in Design della moda e quello magistrale in Design for the Fashion system.[8] Viene data particolare attenzione all'insegnamento di tutti gli strumenti relativi alla rappresentazione formale e funzionale del prodotto, alle tecniche di rappresentazione delle immagini, alla gestione di tutti gli elementi di base di un progetto moda e di ciò che concorre alla sua realizzazione, comunicazione e vendita; il corso punta inoltre a fornire competenze scientifico-tecnologiche proprie dei settori delle scienze ingegneristiche, di competenze economico gestionali, di conoscenze storico-critiche.
Il corso di laurea triennale in Design della Moda[9] affronta i fondamenti tecnici e gli aspetti metodologici della progettazione: dalla modellazione del cartamodello a quella digitale, dalle storie del design e della moda al 3d printing, la grafica, la fotografia e il figurino. Gli studenti possono personalizzare il proprio piano di studi scegliendo, al terzo anno, tra abbigliamento, accessori o maglieria. Il corso di laurea magistrale in Design for the Fashion System[10] è interamente in inglese e si articola in corsi specialistici sul progetto di moda e sui processi distributivi e di vendita, cui si aggiungono approfondimenti sulle caratteristiche dei materiali, delle tecnologie, dei trend, della modellazione digitale, del fashion management.
Al portfolio viene dedicato un corso specifico al terzo anno BA e al secondo MA. Come riportato nel programma, il corso approfondisce «gli strumenti pratici e le basi teoriche del progetto grafico, partendo dall'analisi e studio di colori, immagini, tipografia e layout»;[11] il portfolio viene quindi affrontato come progetto grafico, senza un preciso intervento sui contenuti, sullo storytelling e sulle connessioni con l'identità dello studente.

### 2.2.3 Un confronto internazionale: EASD di Alcoi

Il corso di laurea in Design della moda[12] è stato attivato dall'Escola d'Art i Superior de Disseny (EASD) di Alcoi (Spagna) nel 2014 e si articola in quattro anni. Il percorso formativo prevede l'acquisizione di competenze tecniche quali lo sviluppo del cartamodello, disegno, illustrazione, confezione e studio dei tessuti integrate con insegnamenti storico-critici e di comunicazione che contribuiscono alla definizione dei progetti di tessuto, abbigliamento – anche per bambino – e calzature.
Non è previsto un corso specifico sul portfolio ma è parte di quello denominato *Taller de presentación y comunicación del proyecto de Moda y textil*,[13]

[8] www.moda.polimi.it [consultato il 9 settembre 2018].

[9] www.moda.polimi.it/it/bachelor-degree [consultato il 9 settembre 2018].

[10] www.moda.polimi.it/it/laurea-magistrale [consultato il 9 settembre 2018].

[11] https://www11.ceda.polimi.it/schedaincarico/schedaincarico/controller/scheda_pubblica/SchedaPublic.do?&evn_default=evento&c_classe=647303&__pj0=0&__pj1=40756e80247ab2f1be2630e5d55be183 [consultato il 9 settembre 2018].

[12] www.easdalcoi.es/es/estudis/e-s-diseno-de-moda/ [consultato il 9 settembre 2018].

[13] http://www.easdalcoi.es/site/wp-content/uploads/2017/12/DissenydeModa/Moda3/M3-TALLER-DE-PRESENTACI%C3%93-I-COMUNICACI%C3%93-DEL-PROJECTE-DE-MODA-IT%C3%88XTIL.pdf [consultato il 9 settembre 2018].

inserito al terzo anno. Il corso fornisce allo studente gli strumenti per comunicare efficacemente i propri progetti ad aziende e interlocutori esterni, concentrandosi principalmente sugli aspetti grafici che consentono di presentare con chiarezza il proprio lavoro.

## 2.3 La formazione di moda in Italia

Prima di entrare nel dettaglio degli strumenti adottati durante il lavoro di ricerca sul campo, ritengo utile soffermarmi sulla scelta di concentrare la ricerca sulla formazione pubblica di moda in Italia e sul ruolo acquisito negli ultimi anni.
La presenza della moda e, nello specifico, del fashion design all'interno delle università italiane è un fenomeno molto recente; per molti anni, infatti, l'educazione nel settore della moda è stata offerta quasi esclusivamente da scuole private, con un approccio tecnico-professionale orientato alle specificità produttive dei distretti industriali, e solo verso il 2000 sono stati istituiti i primi corsi di laurea all'interno delle università, che tuttavia non sono ancora pienamente riconosciuti in ambito accademico ed esclusi dall'organizzazione in settori scientifico-disciplinari.[14]
Ripercorrendo rapidamente la storia delle prime forme di studio e ricerca nelle università italiane, il dibattito prende avvio già nel 1908, quando Rosa Genoni – sarta, femminista, critica di moda e direttrice della sezione sartoria presso la Scuola Umanitaria di Milano – rivendicava la necessità di non «formare delle manuali esecutrici» ma delle «intellettuali artefici e delle menti creatrici».[15]
Come ricorda Marco Pecorari nel suo lavoro di ricostruzione della storia della formazione di moda in Italia, una prima riflessione politica e istituzionale prende avvio negli anni trenta, quando nascono le prime realtà private come la Scuola di moda Ida Ferri di Roma (1932) o l'Istituto Marangoni di Milano (1935). L'autore sottolinea che lo sviluppo delle scuole private, tuttora un elemento centrale nella formazione del settore, deriva dalla mescolanza tra l'industria, i suoi attori e l'istruzione; la nascita spesso deriva da una necessità dell'industria che spesso le struttura attraverso le esperienze di professionisti sul campo.[16]
Sul fronte dell'istruzione pubblica, però, bisogna attendere fino al 1973, anno in cui si inizia a parlare della moda dentro le aule universitarie, in modo particolare all'interno del corso di laurea in storia dell'arte dell'università di Firenze, dove Ciardi Duprè Dal Poggetto, docente del corso di miniatura e arti minori, organizza seminari dedicati al tessuto e al costume. Come evidenzia Pecorari, le lezioni si articolano attraverso collaborazioni con «un gruppo informale di ricerca composto da appassionati e professioni del costume e del tessuto, interni ed esterni al mondo accademico».[17]

[14] *White book. Imparare la moda in Italia*, cit., p. 11.
[15] M. L. Frisa, *Le forme della moda*, Il Mulino, Bologna 2015, p. 36.
[16] M. Pecorari, *La moda all'università: una ricostruzione delle prime forme di studio e ricerca in ambito accademico*, in *White book. Imparare la moda in Italia*, cit., p. 91.
[17] Ivi, p. 93.



Negli anni successivi emergono diversi tentativi di includere la moda nei percorsi formativi universitari, soprattutto a partire dalla metà degli anni ottanta anche grazie al successo internazionale di stilisti e marchi di moda prêt-à-porter italiani; solo nel 1996, però, il ministro dell'università e della ricerca aggiunge con decreto il diploma di «operatore di costume e moda» alla categoria dei diplomi universitari, affidandolo alle facoltà di lettere, architettura, economia e scienze della comunicazione e dello spettacolo in base ai diversi indirizzi.
Il primo corso di laurea in design della moda viene attivato, già due anni dopo, da Patrizia Ranzo presso il dipartimento di architettura dell'Università di Napoli e situato ad Aversa; a questo seguono altre esperienze che caratterizzano l'attuale offerta formativa pubblica in Italia – quantitativamente limitata – quali i corsi di laurea all'Università di Camerino, al Politecnico di Milano e all'Università Iuav di Venezia.
È importante riprendere le parole di Pecorari, che evidenzia la necessità di definire il ruolo della moda all'interno dell'università:

> Se nel tempo queste reticenze nei confronti della pratica sono state risolte attraverso lo spostamento dei corsi di design della moda in ambiti disciplinari legati al progetto, la distinzione fra prassi e teoria rappresenta ancora uno dei motivi centrali nella discriminazione dello studio della moda all'università.[18]

E prosegue:

> Se all'estero la via intrapresa è spesso quella del privato, con inevitabili ripercussioni nell'accessibilità dei corsi, che diventano territori riservati solo a pochi, creando inevitabili distinzioni sociali, in Italia la situazione dell'educazione pubblica rappresenta un'unicità che va salvaguardata.[19]

Attraverso la scelta di due università pubbliche italiane come casi studio di questa ricerca, oltre alla scuola spagnola, si vuole ribadire ancora una volta il valore del progetto di moda all'interno del sistema accademico e la necessità di riconoscergli piena dignità e parità rispetto alle altre discipline.
Dopo aver analizzato i casi studio individuati e i soggetti coinvolti nel lavoro di ricerca sul campo, vengono ora descritte nel dettaglio le diverse attività realizzate.

## 2.4 Focus group

Il lavoro di ricerca sul campo è iniziato con un focus group a carattere esplorativo, durante il quale studenti, neolaureati e docenti sono stati coinvolti in una dinamica di gruppo per rispondere a un'intervista strutturata, con l'obiettivo di intraprendere una discussione attorno alle ipotesi di ricerca e di verificare diversi punti di vista, dubbi, errori e nuove suggestioni da applicare poi ai casi studio.[20] Come indica Zammuner, il ruolo del focus group con-

[18] Ivi, p. 109.
[19] Ivi, p. 121.
[20] Cfr. L. Migliorini, N. Rania, *I focus group: uno strumento per la ricerca qualitativa*, in «Animazione Sociale», pp. 82-88, febbraio, 2001.

siste nel coinvolgimento di un gruppo di soggetti a cui:

> Vengono poste alcune domande aperte di carattere vario, a volte molto generali, a volte specifiche, sugli argomenti oggetto di interesse per il ricercatore. […] I soggetti sono incoraggiati a discutere ciò che pensano su di un certo "oggetto", a spiegare perché hanno quelle certe opinioni, come le giustificano.[21]

Il gruppo era composto da 13 soggetti dell'Università Iuav di Venezia, individuati dai coordinatori del corso di laurea triennale in design della moda e arti multimediali (BA) e del corso di laurea magistrale in Arti Visive e Moda (MA), a cui ho chiesto di indicarmi tre studenti BA e due MA, uno per ogni anno di corso, tre laureati BA e due MA, un docente del laboratorio di progettazione BA e due MA. Ho voluto costituire un gruppo eterogeneo, con esperienze diverse e differenti gradi di avanzamento rispetto al percorso formativo in modo da ottenere un panorama ampio e punti di vista diversificati. L'obiettivo del focus group è stato quello di ottenere un primo confronto sui contenuti della ricerca e sviluppare una discussione collettiva attorno ad alcune questioni significative. Si è anche cercato di generare nuove idee, espandere il campo di indagine, individuare altre possibili strade da esplorare; come spiega Christopher Ireland in merito ai metodi della ricerca qualitativa, infatti, l'obiettivo del focus group è di «generate ideas and/or expand understanding without needing to reach consensus».[22]
Per la realizzazione del focus group ho precedentemente predisposto un'intervista strutturata a cui ogni soggetto, a turno, è stato chiamato a rispondere oralmente, senza un limite temporale; ho deciso di iniziare dagli studenti del corso di laurea triennale, proseguendo poi con i laureati BA, gli studenti del corso magistrale, i laureati MA e infine i docenti, cercando di limitare per quanto possibile condizionamenti nelle risposte degli studenti più giovani da parte di coloro che avevano una maggiore esperienza e, forse, consapevolezza. Per ogni domanda, al termine delle risposte individuali si è dato avvio a un dibattito collettivo sui temi affrontati.
L'intervista è stata predisposta per mappare le possibili definizioni di portfolio, gli obiettivi che l'autore si pone nella realizzazione, la sua struttura, la sequenza dei progetti, i materiali inclusi e quelli non considerati, la sua relazione con il destinatario e il rapporto con l'identità del progettista.
Queste sono le domande rivolte al gruppo:

> Come definiresti il portfolio di moda e qual è la sua principale funzione?
> C'è un ordine con cui dovrebbero essere presentati i progetti?
> Quali materiali del progetto dovrebbero essere inseriti e quali non dovrebbero mai farne parte?
> Quali ritieni siano le aspettative di un'azienda, di un concorso e di un'università a cui viene sottoposto un portfolio? Come dovrebbe cambiare a seconda della tipologia di destinatario?
> Quale relazione ritieni esista tra il portfolio e l'identità del progettista?

[21] V. L. Zammuner, *Tecniche dell'intervista e del questionario*, cit., pag. 75.
[22] C. Ireland, *Qualitative Methods: From Boring to Brilliant*, in B. Laurel (a cura di), *Design Research*, cit., p. 24.



Il focus group si è svolto il 12 maggio 2017 all'interno di un'aula dell'Università Iuav di Venezia; io e i partecipanti ci siamo seduti attorno a un tavolo per evitare ogni tipo di gerarchia. Ho spiegato molto brevemente l'oggetto della ricerca e come sarebbe stato condotto il confronto, senza però soffermarmi sulle ipotesi e gli obiettivi di questo lavoro. I partecipanti sono apparsi a proprio agio in quella situazione, ciascuno ha risposto in modo abbastanza sintetico alle domande poste e alcuni si sono dimostrati particolarmente interessati a sviluppare il dibattito successivo. Come verrà analizzato nel terzo capitolo, questa attività iniziale da un lato ha confermato e sviluppato alcune ipotesi della ricerca, considerando il portfolio non solo uno strumento attraverso cui mostrare delle competenze ma anche un luogo in cui lo studente può definire o inventare una propria identità. Ha inoltre contribuito a estendere la riflessione su alcuni elementi che non erano stati considerati inizialmente; ad esempio, il confronto ha messo in luce come molti aspetti della contemporaneità, in cui la visione delle cose rimane spesso in superficie, il tempo dedicato all'approfondimento è sempre più ridotto e ogni nostra azione è spesso soggetta a un giudizio pubblico, siano molto evidenti nei social network; da qui è derivata la riflessione che si possano oggi ipotizzare nuove forme di portfolio, nuove modalità con cui raccontarsi e mostrarsi. Alcuni social network – come Instagram – consentono di raccontare in modo istantaneo e sempre aggiornato gusto, riferimenti e interessi che influenzano un progettista. Pubblicare su queste piattaforme risponde già a una scelta precisa, un atto consapevole in attesa del giudizio altrui: ogni immagine e ogni testo saranno guardati e giudicati da un numero indefinito di persone. Per questo motivo, in seguito al focus group ho deciso di ampliare l'analisi visiva dei portfolio degli studenti coinvolti nel workshop includendo anche i loro profili Instagram, riflettendo in questo modo anche sul tema dell'identità in rete.

## 2.5 Interviste

Dopo aver svolto il focus group sono state condotte interviste individuali semistrutturate a studenti e laureati dell'Università Iuav di Venezia e del Politecnico di Milano, indicati dai rispettivi coordinatori dei corsi, con l'obiettivo di verificare il loro punto di vista sul portfolio, le sue finalità, il processo coinvolto nella realizzazione e il significato attribuito. Ulteriori interviste sono state sottoposte a quattro professioniste che si relazionano in modo significativo con il portfolio di studenti e neolaureati: due organizzatrici di concorsi internazionali dedicati a studenti e giovani designer, una giornalista particolarmente attenta ai nuovi fashion designer e una project manager di un progetto di talent scouting dedicato ai neolaureati.
Le interviste sono state effettuate tra settembre 2017 e aprile 2018, dal vivo, via Skype o e-mail e sono state audioregistrate; hanno consentito di capire esattamente il punto di vista di ogni soggetto, le riflessioni attorno all'oggetto di indagine, eliminando possibili influenze derivanti da una discussione collettiva e il timore di essere giudicati dagli altri, come descritto da Christopher Ireland:

> Individual interviews are ideal for learning exactly how each person feels and thinks about a topic or design, without concern for the influence of others (except the moderator's influence, which really can't be avoided).[23]

Le interviste sono state sviluppate a partire da alcune domande usate come traccia nel corso della conversazione, ma il focus si è spostato ogni volta su alcuni aspetti piuttosto che altri in base alle risposte fornite. Queste sono le domande predisposte per l'intervista a studenti e laureati:

Hai mai sottoposto il tuo portfolio per cercare stage o lavoro? Con che esito?
Quando hai realizzato il tuo primo portfolio? Con che obiettivo?
Ricordi quale processo hai seguito per realizzare il tuo primo portfolio?
Hai frequentato un corso per realizzarlo? Ti è stato insegnato? Hai seguito dei modelli?
L'hai modificato successivamente? Perché?
Come consideri il tuo ultimo portfolio rispetto al primo che hai realizzato?
Come definiresti il portfolio? Che ruolo ha?
Quali sono le fasi del processo progettuale che ritieni fondamentali da inserire nel portfolio?
Quali materiali del progetto non andrebbero mai inseriti?
Quali ritieni siano le aspettative di un'azienda a cui viene sottoposto un portfolio? E di un concorso? E di un'università? Credi che debba variare a seconda della tipologia di azienda a cui viene sottoposto? E di concorso? E di università?
Quali ritieni siano le differenze tra il portfolio cartaceo e digitale?
In che modo ti relazioni con i social network e, in particolare, con Instagram?

Per le quattro professioniste intervistate è stata strutturata un'intervista più breve, cercando di documentare maggiormente la loro esperienza rispetto al portfolio e le riflessioni che hanno elaborato nel corso degli anni:

Come definiresti il portfolio? Che ruolo ricopre?
Durante la tua esperienza professionale, hai osservato un diverso rapporto tra autore e portfolio, un'evoluzione di questo strumento in relazione al percorso formativo compiuto?
Quali sono le fasi del processo progettuale che ritieni fondamentali da inserire nel portfolio e quali materiali del progetto non andrebbero mai inclusi?
Quali ritieni siano le aspettative di un'azienda, di un concorso e di un'università a cui viene sottoposto un portfolio?
Credi che debba variare a seconda della tipologia di azienda, di concorso e di università a cui viene sottoposto?
In che modo descriveresti la relazione tra portfolio e identità dello studente?

Alcuni soggetti coinvolti nel focus group si sono rivelati molto più interessati a rispondere alle domande, a riflettere sul portfolio, a interrogarsi su diverse prospettive; hanno raccontato in modo dettagliato la propria esperienza, hanno cercato di individuare le diverse sfumature dell'oggetto di questa ricerca, dichiarando anche di aver maturato nuove idee nel corso dell'intervista grazie alla riflessione su uno strumento che avevano considerato fino a quel momento in modo superficiale. Altri, invece, hanno risposto in modo molto più sintetico, senza voler approfondire le diverse questioni, anche se sollecitati da me; sono apparsi a tratti intimoriti di discutere del portfolio, di considerarlo diversamente dall'idea elaborata precedentemente.

[23] C. Ireland, *Qualitative Methods*, cit., p. 25.



## 2.6 Workshop

Oltre al focus group e alle interviste individuali, il lavoro di ricerca sul campo si è sviluppato attraverso l'osservazione partecipante di gruppi di studenti all'interno dei casi studio selezionati.
Sono state progettate due tipologie di workshop, con l'obiettivo di simulare una parte del processo di realizzazione del portfolio durante il quale gli studenti sono chiamati a individuarne le finalità, compiere delle scelte, selezionare o escludere immagini e materiali dei progetti realizzati, strutturare uno storytelling visivo, definire la sequenza dei contenuti. Attraverso l'osservazione dei soggetti si è potuto verificare in che modo confluiscano nel portfolio l'identità narrativa, sociale, in rete e progettuale dello studente. Durante le attività ho indicato a ciascun gruppo le richieste di ogni step e ho sollecitato riflessioni e confronti collettivi, lasciando la massima libertà di azione ed evitando possibili condizionamenti.
Inizialmente il progetto del fieldwork aveva previsto una sola tipologia di workshop (in seguito denominata «Workshop SELF»), che simulasse il processo di realizzazione del portfolio di uno studente e indagasse le dinamiche coinvolte nella strutturazione dello storytelling, nella selezione e disposizione dei materiali. Osservando, però, la difficoltà di alcuni soggetti ad analizzare criticamente il proprio lavoro e il percorso compiuto, faticando nella strutturazione di narrazione attraverso la selezione delle immagini e l'esclusione di altre, ho deciso successivamente di sviluppare nelle due università italiane una seconda tipologia di workshop (in seguito denominata «Workshop ALIUS»). Questo strumento è stato progettato con l'obiettivo di spostare l'attenzione da sé a un'identità altra, inventata, da negoziare con il gruppo di lavoro; in questo modo i soggetti sono stati stimolati a delineare uno storytelling che non li riguardasse in prima persona e che fosse poi reso visibile attraverso una selezione di immagini estratte dai loro progetti.
Di seguito vengono descritte nel dettaglio le due tipologie di workshop che hanno caratterizzato il lavoro di ricerca sul campo.

### 2.6.1 Workshop SELF

La prima tipologia di workshop è stata progettata per osservare le azioni degli studenti durante il processo di realizzazione del proprio portfolio, le modalità di narrazione visiva e l'influenza del contesto nel processo di autoconsapevolezza, consentendo così di individuare come le differenti identità dell'autore emergono e si depositano.
Il workshop ha coinvolto un gruppo di cinque studenti in ciascuna delle tre università individuate come casi studio; i soggetti sono stati selezionati dai coordinatori dei corsi, a cui ho chiesto – quando possibile – di comporre un gruppo di studenti di anni diversi e che avessero realizzato almeno tre progetti durante il loro percorso formativo. Nel caso dell'Università Iuav di Venezia sono stati coinvolti tre studenti del terzo anno BA e due del secondo anno MA, mentre all'EASD di Alcoi due studenti erano al terzo anno del corso di laurea e tre al quarto. La richiesta di comporre un gruppo misto si deve alla volontà di mettere in relazione studenti che si conoscano meno, che non

abbiano già un'idea precostituita degli altri ma che abbiano la possibilità di conoscerli attraverso il loro portfolio. Al Politecnico di Milano, invece, i cinque studenti frequentavano il terzo anno BA e hanno aderito al workshop su base volontaria, come richiesto dalla docente, dopo aver assistito a una mia presentazione all'intera classe relativa ai temi coinvolti nella ricerca.
Il workshop si è svolto a settembre 2017 allo Iuav, a dicembre 2017 all'EASD e a maggio 2018 al PoliMi. Durante lo svolgimento non erano presenti altre persone oltre a me e ai cinque studenti; solo nel caso dell'EASD si è aggiunta una docente per eventuali necessità di traduzione. In ogni sede gli incontri sono avvenuti all'interno di un'aula messa a disposizione dall'università; durante il workshop ogni studente aveva a disposizione un intero tavolo da gestire come spazio personale, su cui disporre le immagini selezionate e le parole chiave in modo da creare una mappa visuale, un menabò che fosse poi traducibile in un portfolio. Questo ha spinto alcuni studenti a progettare i portfolio finali con nuovi formati e nuovi layout rispetto al più comune A4 presentato da tutti all'inizio del workshop.
Gli incontri del workshop SELF sono stati audioregistrati e documentati fotograficamente per consentire un'analisi successiva delle azioni compiute e delle riflessioni emerse. I soggetti non sono stati informati anticipatamente sulle modalità di svolgimento del workshop, ma hanno ricevuto via e-mail la richiesta di presentarsi al primo incontro con il proprio portfolio, anche in bozza, in formato digitale o cartaceo; è stato specificato che il portfolio avrebbe dovuto includere almeno tre progetti.
Il workshop si è svolto in tre incontri. Durante il primo, gli studenti hanno presentato il proprio portfolio sviluppando una riflessione sul processo seguito, le difficoltà incontrate, le finalità per le quali è stato realizzato; hanno messo in evidenza l'ordine di presentazione dei progetti, i materiali inclusi, gli aspetti più rilevanti del proprio elaborato. A questo è seguito un dibattito con gli altri studenti per verificare se ciò che si voleva comunicare attraverso il portfolio è stato recepito correttamente o se il messaggio trasmesso risultava diverso.
Alla conclusione del primo incontro è stato chiesto di presentarsi a quello successivo con immagini, disegni e foto relativi a tre progetti, cercando di documentare l'intero processo seguito e, soprattutto, senza effettuare una selezione dei materiali, ma includendo quanto più possibile. È stato specificato che tutti i materiali sarebbero dovuti essere stampati; infatti, considerando il portfolio un luogo in cui lo studente analizza il proprio percorso progettuale, ricercando elementi di continuità e temi ricorrenti, diventa fondamentale poter visualizzare complessivamente i lavori realizzati, le tracce depositate nel tempo. Per questo il workshop ha spinto sulla dimensione materica, poiché consente di leggere con lo sguardo del presente le traiettorie che congiungono frammenti diversi; spesso, invece, il progetto del portfolio viene sviluppato solo digitalmente e stampato una volta concluso, non consentendo una compenetrazione delle diverse esperienze: i progetti rimangono chiusi e isolati all'interno delle cartelle del computer e il processo di selezione è frammentato e locale.
Il secondo incontro è stato incentrato sulle modalità di realizzazione del portfolio a partire dalle singole immagini che documentano il processo progettuale compiuto durante le diverse esperienze; sono state osservate le scelte da parte dei soggetti rispetto a quali immagini considerare e quali escludere, quali parole chiave potessero sintetizzare una propria identità, quale fosse la percezione degli altri soggetti rispetto all'azione del singolo, quanto incidesse il punto di vista altrui nel lavoro di consapevolezza di sé. Durante il terzo incontro, a distanza di circa tre settimane, gli studenti hanno presentato una nuova versione del loro portfolio, che ha consentito di verificare quanto e in che modo si fosse differenziata rispetto alla versione iniziale, quando le attività del secondo appuntamento avessero influenzato il modo di raccontarsi attraverso il portfolio, se e come fosse variata la struttura stessa.
Di seguito viene presentato il dettaglio delle attività del workshop; non è stato fornito agli studenti ma è servito come traccia da seguire durante lo svolgimento, in modo da sviluppare in ogni università le stesse modalità di osservazione e cercando di dedicare un tempo simile.

PRIMO INCONTRO
Ai soggetti viene chiesto tramite e-mail di presentarsi al primo incontro con un proprio portfolio (anche in bozza, in formato cartaceo o digitale) che includa tre progetti. Questo permette di verificare il loro punto di vista iniziale e il loro approccio al portfolio.
Ciascuno presenta il proprio portfolio, analizzando le modalità con cui è stato realizzato, e segue un dibattito con gli altri soggetti sulla corrispondenza tra obiettivo descritto e risultato, tra l'oggetto materiale e la sua dimensione immateriale.
Viene chiesto agli studenti di presentarsi al secondo incontro con i materiali stampati relativi a tre progetti inseriti nel portfolio, considerando tutti i materiali disponibili che raccontano il processo progettuale (mood, schizzi, disegni tecnici, tessuti, lavorazioni, shooting, still life). Devono essere immagini singole, indicando sul retro a quale progetto fanno riferimento.

SECONDO INCONTRO
1. Ogni studente posiziona sul tavolo i materiali, in una sequenza che descriva il proprio approccio e la propria identità. Le immagini che non considerano significative vanno tenute da parte. A ciascuno viene chiesto di descrivere il processo seguito, l'ordine con cui sono stati disposti i materiali, i temi che si è voluto mettere in evidenza, gli aspetti più significativi del proprio approccio progettuale. (20 min)
2. Ogni studente scrive su un post-it cinque parole chiave che riassumono i temi caratterizzanti il proprio percorso. È importante definire all'inizio il concetto di «parola chiave», in modo che abbia per tutti lo stesso significato. Il post-it deve rimanere coperto. (10 min)
3. Ciascuno osserva i progetti altrui, incluse le immagini non presenti sul tavolo. Scrive su un post-it cinque parole chiave che riassumano i temi percepiti dal lavoro altrui; il post-it rimane coperto. L'azione va ripetuta per tutti e quattro gli studenti partecipanti al workshop. Per ciascuno, inoltre, seleziona attraverso un post-it firmato le tre immagini che ritiene più significative a riassumere l'identità dello studente. (30 min)
4. Ogni studente elenca le parole emerse, da se stessi e dagli altri, verificando parole comuni e termini non condivisi; vengono inoltre evidenziate le immagini selezionate dagli altri soggetti e si avvia un dibattito attorno alla percezione altrui della propria identità. (30 min)
5. Alla luce del punto di vista altrui e del dibattito successivo, gli studenti scrivono cinque parole chiave che possano sintetizzare il proprio percorso, confermando quelle scritte inizialmente o modificandole con i suggerimenti degli altri; ciascuno seleziona, poi, un gruppo di immagini significative per ogni parola, considerando anche le immagini non posizionate inizialmente sul tavolo. (30 min)
6. Ogni studente analizza le parole conclusive e le immagini selezionate per supportarle, cercando di evidenziare l'influenza del contesto rispetto alle scelte compiute. (30 min)

Viene chiesto di predisporre, per l'incontro successivo, una nuova versione di portfolio anche alla luce delle considerazioni emerse durante il secondo incontro e del confronto sviluppato con il gruppo.

TERZO INCONTRO
Gli studenti presentano a turno il proprio elaborato mettendo in evidenza l'ordine con cui sono stati disposti i progetti e i relativi materiali, le fasi del progetto che sono state privilegiate e quelle considerate meno importanti, i cambiamenti compiuti rispetto alla versione iniziale, l'importanza del confronto con il gruppo di lavoro.

Il primo e il terzo incontro, quindi, sono stati pensati per documentare le modalità di narrazione di sé e il lavoro sul proprio archivio di progetti compiuta dagli studenti all'inizio e al termine del workshop, mettendo così più in evidenza gli aspetti legati all'identità narrativa. L'azione didattica in aula si è invece espressa in modo più evidente durante il secondo incontro e ha consentito di osservare il processo in base al quale l'archivio dei progetti di uno studente si trasforma in un territorio da esplorare, uno spazio in cui conoscersi, scoprire o inventare una propria identità, anche grazie al confronto con gli altri e la consapevolezza della visione altrui di sé; questa attività vuole maggiormente indagare l'identità sociale e in rete, dato che i commenti sul proprio lavoro avvengono istantaneamente e condizionano in diretta l'autore, come in un social network.
Uno dei limiti riscontrati durante il workshop SELF è stato rappresentato dalla difficoltà con cui gli studenti sono riusciti a distaccarsi dai propri progetti e dalle immagini prodotte nel tempo, modificando l'idea di sé che si erano costruiti anche quando questa non li soddisfaceva pienamente. Durante il secondo incontro del workshop SELF molti partecipanti hanno messo in discussione la relazione tra immagini, racconto e identità; questo atteggiamento, spesso, non è stato ritrovato nel portfolio realizzato successivamente, che a volte è apparso una replica di quello presentato all'inizio, con poche modifiche e con un senso di parziale insoddisfazione da parte dell'autore, come emerso da alcuni commenti. Questo può essere motivato da diversi fattori, quali la poca disponibilità o possibilità di lavorare a un elaborato totalmente nuovo, la maggiore facilità nel partire dalla versione esistente e apportare alcune modifiche, rischiando però che la struttura imbrigliasse ogni tentativo di modifica, la difficoltà di tradurre le riflessioni sviluppate durante il workshop e la libera disposizione di immagini e parole chiave in un progetto grafico efficace e convincente. Durante il workshop è spesso emersa una grande diversificazione tra gli studenti che però spesso non si è ritrovata nel portfolio realizzato successivamente, riconducibile a modelli standard.

### 2.6.2 Workshop ALIUS

Come detto in precedenza, durante lo svolgimento del workshop SELF si è osservata in alcuni studenti la difficoltà di leggere trasversalmente il proprio lavoro, di individuare nuovi significati rispetto a quelli originari, di evidenziare temi che caratterizzassero il percorso compiuto; in particolare, per molti è risultato difficile accettare una visione del gruppo diversa dalla propria e rinunciare a immagini a cui apparivano emotivamente legati. Per questo è stata disegnata una nuova versione di workshop, che allontanasse l'attenzione dal sé concentrandola su un'identità altra da creare e narrare.
Il nuovo workshop, denominato ALIUS, è stato progettato per separare lo studente dai propri materiali, rompendo quel legame emotivo che può condizionarlo e bloccarlo. Ragionare su se stessi, sulla propria identità, decidere quali progetti siano migliori di altri ed escludere molte immagini per ottenere una selezione efficace richiede uno sforzo notevole, soprattutto per uno studente che ha avuto poco tempo per acquisire un grado sufficiente di consapevolezza di sé.
Questa nuova tipologia di attività sul campo ha avuto l'obiettivo di realizzare il portfolio di un ipotetico studente della stessa scuola, la cui identità è stata inventata e costruita attraverso la discussione e la negoziazione dei partecipanti al workshop; si è cercato di delineare in modo dettagliato il percorso formativo dello studente inventato, i suoi riferimenti culturali e stilistici, le esperienze vissute, le modalità progettuali. Il workshop ALIUS ha quindi concentrato l'attenzione del gruppo prima sulla definizione di una storia e, solo in seguito, sulla traduzione in un progetto visivo che potesse raccontarla in modo efficace. Dopo aver definito l'identità e lo storytelling, infatti, si è passati alla realizzazione del portfolio dello studente inventato, effettuando una selezione tra i progetti realizzati dai partecipanti al workshop. Questa modalità ha consentito di rompere il legame emotivo tra gli autori e i propri progetti, ottenendo un atteggiamento più neutro e distaccato, spinto solo dalla necessità di strutturare una narrazione visiva convincente.
L'invenzione dell'identità non è una novità per gli studenti, ma ricorda una delle metodologie che caratterizzano il progetto di moda; spesso, infatti, il progetto si sviluppa a partire dalla definizione di una figura di riferimento, di un'immagine, una silhouette, una storia a cui appoggiarsi durante il processo progettuale, e per questo il lavoro svolto durante il workshop ALIUS può essere risultato abbastanza familiare ai gruppi.[24]
Il workshop ALIUS si è svolto nei due contesti italiani: a maggio 2018 al Politecnico di Milano, a settembre 2018 all'Università Iuav di Venezia. In ogni sede il gruppo era composto da quattro soggetti: allo Iuav il coordinatore del corso ha indicato quattro studenti del primo anno MA, al PoliMi quattro studenti del terzo anno BA che, come nel caso del workshop SELF, hanno aderito volontariamente all'attività dopo aver assistito a una mia presentazione relativa ai temi coinvolti nella ricerca. Per questa attività ho deciso di modificare la mia posizione rispetto al gruppo di lavoro, diventando il quinto soggetto e ricoprendo un ruolo più attivo. Il mio punto di vista è passato dall'osservazione partecipante alla partecipazione osservante, con l'obiettivo di stimolare la discussione e introdurre durante il percorso elementi che potessero arricchire l'esito finale.
Il workshop ALIUS si è svolto in due incontri; come richiesto anticipata-

[24] Un famoso esempio di invenzione dell'identità è rappresentato dal caso di Serpica Naro, stilista immaginaria anglo-nipponica al centro di una beffa mediatica nel febbraio 2005; un collettivo di precari del sistema moda ha inventato questo brand, anagramma di San Precario, costruendo a posteriori la storia del marchio, con siti Internet dedicati, book delle sue collezioni, finta rassegna stampa, indirizzi di boutique, e ha ingannato la Camera della Moda ottenendo l'inserimento nel calendario ufficiale della Milano Fashion Week. Il caso di Serpica Naro è l'esempio di come uno storytelling costruito in modo preciso e dettagliato possa rendere reale un'identità inventata. Cfr. I. Vanni, *"Why Save the World When You can Design It?" Precarity and Fashion in Milan*, in «Fashion Theory», 20(4), 2016, pp. 441-460.

mente via e-mail, gli studenti si sono presentati al primo appuntamento con immagini stampate di tre progetti realizzati, documentando tutte le fasi del processo seguito. L'attività è iniziata chiedendo al gruppo di inventare l'identità di uno studente della loro università, dettagliandola quanto più possibile e traducendola, alla fine, in cinque parole che potessero sintetizzare la narrazione costruita. In seguito è stato chiesto di posizionare sul tavolo tutte le immagini dei propri progetti, senza suddividerle per autore, e di selezionare insieme quelle in grado di definire uno storytelling visivo che rispecchiasse l'identità inventata. Durante il secondo incontro, a distanza di circa tre settimane, gli studenti hanno presentato una versione finale del portfolio dello studente inventato, analizzando il processo seguito e riflettendo sulle modalità di narrazione visiva.
Di seguito viene presentato il dettaglio delle attività del workshop; come per la tipologia SELF, non è stato fornito agli studenti ma è servito come traccia da seguire durante lo svolgimento, in modo da sviluppare in ogni università le stesse modalità di osservazione.

PRIMO INCONTRO
1. Ai quattro studenti viene chiesto di inventare, insieme a me, l'identità di uno studente per il quale verrà realizzato il portfolio. Attraverso un lavoro di negoziazione, viene stabilito innanzitutto se si tratti di uno studente o di una studentessa, l'anno di corso, il percorso formativo compiuto, la provenienza territoriale familiare; la costruzione dell'identità si sviluppa definendo gli interessi progettuali, i riferimenti culturali, l'approccio al processo e le potenzialità espresse.
2. Il gruppo di lavoro individua cinque parole chiave che possano sintetizzare e racchiudere diverse sfaccettature dell'identità creata.
3. Le immagini portate dagli studenti vengono disposte su un tavolo, senza distinzione tra progetti e autori. Insieme vengono selezionate quelle che possono narrare visivamente lo storytelling e i concetti espressi dalle parole chiave.
4. Tutte le immagini selezionate, che vanno a comporre un puzzle visivo della nuova identità, vengono ordinate in una sequenza che possa strutturare una narrazione visiva efficace.
5. Agli studenti viene chiesto di realizzare collettivamente il portfolio dello studente dall'identità inventata.

SECONDO INCONTRO
I quattro studenti presentano il portfolio realizzato e commentano l'esperienza, soffermandosi sull'analisi delle dinamiche che hanno legato l'invenzione dell'identità alla costruzione della narrazione visiva.

Il workshop ALIUS è stato quindi progettato per condurre il gruppo di lavoro alla costruzione di un'identità inventata, osservando le dinamiche di negoziazione tra i componenti e le modalità con cui la narrazione verbale si traduce nella dimensione visiva, allontanando emotivamente ogni autore dai propri progetti e spingendolo a concentrarsi sul reale obiettivo del portfolio.

## Conclusioni

Questo capitolo ha presentato il progetto di ricerca sul campo e i diversi strumenti che l'hanno caratterizzato. Innanzitutto sono stati individuati i contesti nei quali sviluppare l'indagine e la scelta è ricaduta su due università pubbliche italiane con corsi di laurea in design della moda, con cui avevo instaurato rapporti precedentemente: il Politecnico di Milano e l'Università Iuav di Venezia. A queste è stata affiancata l'EASD di Alcoi (Spagna), che rappresenta un primo riscontro internazionale rispetto al contesto italiano.
L'attività sul campo ha preso avvio con un focus group che ha coinvolto studenti, laureati e docenti dell'Università Iuav di Venezia; a questo sono seguite interviste individuali semistrutturate che hanno mappato il punto di vista degli studenti delle due università italiane e di un piccolo numero di professionisti che operano in modo costante con il portfolio. L'indagine si è poi avvalsa di due tipologie di workshop che hanno coinvolto gruppi di studenti dei casi studio selezionati. Il workshop SELF è stato progettato per osservare le azioni degli studenti durante il processo di realizzazione del proprio portfolio, l'influenza del contesto nello sviluppo della consapevolezza di sé, la messa a fuoco di una propria identità, la capacità di strutturare uno storytelling e di raccontarlo visivamente. Il workshop ALIUS, invece, ha cercato di separare lo studente dai propri progetti, rompendo quel legame emotivo che può condizionarlo e bloccarlo; il gruppo di lavoro è stato guidato nella realizzazione del portfolio di un ipotetico studente della scuola, la cui identità è stata inventata e costruita attraverso la discussione e la negoziazione dei partecipanti al workshop.
Le riflessioni dei soggetti coinvolti nella ricerca sul campo, il loro punto di vista, le parole raccolte durante il focus group e le interviste saranno analizzate nel terzo capitolo; nel quarto troverà spazio l'analisi visiva dei materiali presentati durante i workshop, mentre nel quinto saranno sviluppate le riflessioni sull'esperienza didattica condotta.

# 3 SULLE PAROLE

Il terzo capitolo analizza l'oggetto della ricerca a partire dagli esiti del lavoro sul campo, concentrandosi in particolare sulle parole emerse durante focus group e interviste. Viene documentato e analizzato il punto di vista dei soggetti coinvolti: studenti, laureati, docenti e professionisti. Va sottolineato che ai fini della ricerca tutte le voci assumono lo stesso valore e sono ugualmente significative, eliminando così ogni gerarchia; una maggiore maturità formativa o esperienza professionale non si traduce in un'opinione sul portfolio più valida delle altre. Ritengo ogni soggetto coinvolto nel fieldwork portatore di un pensiero utile alla riflessione complessiva, derivante dalla sua esperienza rispetto al portfolio. Per questo motivo ho deciso di intervistare soprattutto studenti e neolaureati, includendo tra i pochi professionisti solo coloro che si confrontano intensamente da tempo con l'oggetto della ricerca. L'obiettivo dell'indagine, infatti, è di far emergere un panorama multiforme, con diversi punti di vista, differenti interpretazioni di portfolio e molteplici finalità. Le opinioni espresse in gruppo durante il focus group e singolarmente durante le interviste sono poste sullo stesso piano, senza alcuna divisione cronologica, perché l'interesse è concentrato esclusivamente sul loro contenuto e non sulla fase del fieldwork in cui sono state formulate.
L'analisi si struttura attorno a diversi temi di indagine: la ricerca di una possibile definizione di portfolio, i processi implicati nella sua realizzazione, i contenuti che lo strutturano, le relazioni che lo attraversano e i formati che lo rendono fruibile.

## 3.1 Interpretare il portfolio

Il primo argomento di riflessione sugli esiti del fieldwork riguarda una possibile definizione di portfolio, una mappatura delle diverse interpretazioni e dei pensieri trasmessi dagli intervistati su questo termine. L'analisi della letteratura esistente sul portfolio, sviluppata nel primo capitolo, ha già evidenziato la difficoltà di arrivare a una definizione univoca e condivisa; il lavoro sul campo fa esplodere la ricchezza di significati contenuti in questo termine, considerazioni contrapposte che dimostrano quanto sia importante dare voce ai diversi punti di vista e ampliare il più possibile lo sguardo sull'oggetto di questa indagine.
Attraverso le opinioni dei soggetti coinvolti nel lavoro di ricerca emergono due distinte idee sul portfolio e sul ruolo rispetto al suo autore. Da un lato è possibile considerarlo uno strumento per entrare in relazione con gli altri, un biglietto da visita da personalizzare in base al destinatario, un passaporto che racconta il proprio percorso, una carta d'identità che mette in evidenza le proprie competenze e caratteristiche progettuali; secondo questa prospettiva, il portfolio è pensato dall'autore per essere letto e apprezzato da possibili interlocutori esterni, più o meno definiti. Da un diverso punto di vista, però, il portfolio può anche essere interpretato come opportunità formativa per l'autore, un luogo in cui il progettista fa chiarezza con se stesso, uno strumento attraverso cui maturare una maggiore consapevolezza di sé, rileggere il percorso compiuto e progettare la propria evoluzione.

### 3.1.1 Portfolio come biglietto da visita

A sostegno della prima interpretazione, S13 lo definisce un «biglietto da visita su misura che va modificato in base al destinatario», quindi uno strumento attraverso cui l'autore può entrare in relazione con un interlocutore. La stessa definizione arriva da S61, una delle professioniste intervistate che lavora presso un'agenzia di consulenza, supporto e tutela per figure creative:

> Il portfolio è un biglietto da visita per il designer, il luogo in cui il creativo cerca di sintetizzare le proprie competenze e il percorso svolto fino a quel momento; devono emergere le proprie capacità, suggerendo in che modo si possa contribuire all'azienda a cui ci si presenta.

Simile è la definizione di S12, che invece di paragonarlo a un biglietto da visita lo associa a un passaporto:

> Il portfolio è un passaporto, è il primo livello di conoscenza nelle mani del nostro interlocutore; non è uno strumento attraverso cui giudicare il proprio lavoro, ma è un materiale da consegnare per essere giudicati.

Entrambe le opinioni spostano lo sguardo sul destinatario più che sull'autore; secondo i due soggetti intervistati, il portfolio rappresenta un elaborato attraverso cui essere giudicati dall'esterno. L'idea di portfolio come biglietto da visita si amplia essendo anche definito un oggetto che racconta la storia dell'autore in sua assenza (S07); uno strumento qualitativo di presentazione di se stessi e dei propri interessi (S52); un mezzo espressivo e comunicativo della propria personalità (S53). Il portfolio trasmette una sensazione e restituisce l'immaginario del progettista più che i singoli progetti realizzati (S18). S60 lo definisce «anima viaggiante dell'autore», poiché spesso non è accompagnato ma spedito, inviato via e-mail o presentato da altri. Per questo è fondamentale selezionare accuratamente immagini, parole e riferimenti progettuali che vadano a comporre il diario di viaggio del percorso formativo.
S54 si sofferma sulla relazione tra dimensione materiale e immateriale che attraversa il portfolio:

> Il portfolio è un prodotto di design che racconta un'identità e una modalità progettuale. È un oggetto (di cui l'aspetto materiale assume un valore fondamentale) che descrive la dimensione immateriale del progettista.

Si giunge qui a uno degli aspetti centrali di questa ricerca, ovvero la trasformazione del portfolio da oggetto materiale – una sequenza di pagine che contengono disegni, tessuti, dettagli, testi, fotografie – a territorio dell'immaterialità, un luogo che veicola l'immaginario dell'autore, i suoi riferimenti, le sue esperienze, le attitudini e le ossessioni.
S39, infatti, lo considera uno «spazio che descrive per immagini la propria esperienza e comunica in modo visivo le competenze»; considera fondamentale trovare la giusta misura del portfolio, individuando le priorità e mettendo in evidenza gli aspetti più significativi, attraverso un elaborato molto sintetico e chiaro.
S43 precisa che il portfolio mette in evidenza diversi aspetti: racconta le modalità progettuali dello studente (documentando l'iter e il processo che ha portato allo sviluppo di una collezione), la sua sensibilità (percepibile dall'impaginazione, dalla scelta della carta, dal trattamento delle immagini) e i risultati ottenuti (visibili dal servizio fotografico).
L'obiettivo del portfolio, secondo S38, è uno solo: consentire l'accesso alla posizione per cui ci si candida, che sia un corso di laurea, un concorso o una posizione lavorativa all'interno di un'azienda. Per questo motivo deve incuriosire e stupire, fornendo poche e giuste indicazioni senza però togliere la possibilità di porre domande; va reso accattivante, bilanciato e coerente, distinguendosi dagli altri.
Il portfolio può essere considerato uno strumento di presentazione, un racconto dinamico che documenta identità, competenze e obiettivi dell'autore (S08), ne mostra il percorso e la crescita (S02); deve essere coerente, conciso e immediato, in grado di rappresentare se stessi e, contemporaneamente, suscitare interesse nell'interlocutore (S10). Se questo è l'obiettivo, sottolinea S05, non necessariamente il portfolio deve essere vero, non deve per forza corrispondere al proprio percorso, ma può essere modificato per essere reso più appetibile alla persona che lo guarderà. S01, invece, crede che il portfolio richieda un atteggiamento onesto, evitando di raccontare ciò che non siamo per raggiungere l'obiettivo; piuttosto è fondamentale scegliere obiettivi che siano affini alle proprie caratteristiche.

### 3.1.2 Portfolio come opportunità formativa

Lo sviluppo della definizione di portfolio come biglietto da visita ha già reso evidente la complessità delle interpretazioni dell'oggetto della ricerca, ma altri soggetti arrivano a rivoluzione la prospettiva, ritenendo il portfolio un'opportunità formativa per l'autore stesso. Questi lo considerano il luogo dove il progettista fa chiarezza con se stesso, un'estensione della progettazione, delle proprie idee, un tracciato che consente di riflettere sulle proprie ossessioni attraverso dinamiche di collegamento tra progetti diversi.
S56 dichiara in questo modo le opportunità di verifica e crescita insite nel portfolio:

> È uno strumento che consente al progettista di verificare la percezione di se stesso, di maturare una consapevolezza della propria identità, di modificare l'idea formata precedentemente o di confermarla e rafforzarla durante il processo realizzativo.

Lo studente lo considera, quindi, uno strumento attraverso cui analizzare le proprie modalità progettuali, per scoprire o confermare la percezione della propria identità. È uno specchio che consente di riflettersi e riconoscersi.
S49 condivide la prospettiva, definendolo «un'analisi su carta dei lavori realizzati, del proprio metodo di pensare e sviluppare i progetti».
S60 sottolinea l'importanza per un designer di osservarsi dall'esterno, di valutare il proprio percorso in modo lucido e attento:

> È uno strumento a volte sottovalutato, ma che riveste ancora oggi un ruolo fondamentale; per un progettista è necessario guardarsi dall'esterno, giudicare obiettivamente il proprio lavoro senza esserne sommersi.

S39 si sofferma sul contribuito del portfolio rispetto a un percorso di autoconsapevolezza, grazie alla riflessione richiesta per la sua realizzazione e all'individuazione dei propri punti di forza. Anche S15 lo definisce il luogo nel quale sviluppare autocritica e cercare il filo conduttore che lega i progetti realizzati:

> Il portfolio è un oggetto prezioso, importante, che ha bisogno di cura. È lo specchio dello studente e di ciò che ha realizzato fino a quell'istante, il sunto delle potenzialità espresse attraverso i progetti. Lavorando sui progetti conclusi, va cercato o creato un filo conduttore, anche grafico; il racconto deve mettere in luce l'evoluzione dell'approccio progettuale, attraverso una forte autocritica.

Riflettere sul proprio percorso, sull'evoluzione compiuta, consente di mettere in luce sia le qualità pienamente espresse che le fragilità ancora irrisolte. Il portfolio, quindi, può avere anche un ruolo attivo nello sviluppo futuro dell'autore, come dichiara S03:

> Il portfolio è un'estensione della progettazione, un tracciato che può aiutarti a sviluppare i progetti futuri, a riflettere su temi, forme e ossessioni; ma anche a individuare gli errori commessi, capire come ripartire e quali aspetti sviluppare maggiormente in base alle proprie risorse.

Questa visione del portfolio come opportunità formativa per l'autore emerge più dagli studenti che dai laureati o dai professionisti, dato che probabilmente non hanno ancora maturato una precisa identità come designer e ritrovano nel portfolio il luogo ideale in cui analizzare ciò che hanno progettato, in cui definire le proprie caratteristiche e unicità; dal loro punto di vista sembra emergere che il portfolio sia uno strumento di autoriflessione più che di presentazione da adattare al destinatario. Questa differenza viene evidenziata dalle parole di S05, che sottolinea come uno studente modifichi rapidamente idee, convinzioni, gusti e riferimenti, a differenza di un professionista che ha già avuto il tempo di riflettere e definirsi.
Una lettura critica dell'idea che il portfolio rappresenti uno specchio per lo studente emerge dall'intervento di S13 che ritiene necessario distaccarsi da quella fase iniziale in cui ci si identifica con il proprio portfolio, esito di una riflessione intima ed emotiva con se stessi, per trasformarlo invece in uno strumento che possa essere apprezzato dal nostro interlocutore; appare quindi necessario interrogarsi su cosa il destinatario stia cercando, spostare l'attenzione da sé all'altro attraverso un'operazione di curiosità verso le sue aspettative. Ritengo, invece, che per uno studente sia preziosa l'occasione di sviluppare il proprio portfolio come momento di crescita formativa, di consapevolezza del proprio percorso e degli elementi che lo contraddistinguono, come luogo di riflessione e autoconoscenza; solo successivamente è possibile distaccarsi, indirizzare lo sguardo verso gli obiettivi esterni e le occasioni professionali da raggiungere attraverso il portfolio stesso.

## 3.2 Distanza temporale

Come già evidenziato nel primo capitolo, la dimensione temporale ricopre un ruolo fondamentale nel portfolio, attraverso la rilettura e manipolazione dei progetti a cura dell'autore. Il tempo è strettamente connesso all'idea di portfolio come opportunità formativa, dato che la distanza temporale consente all'autore di analizzare il proprio percorso, di definirsi nel presente e di progettare possibili evoluzioni. Questo aspetto viene espresso da S06:

> Spesso uno studente tende a superare i progetti recenti, a volerli dimenticare per iniziarne di nuovi; il portfolio, invece, "costringe" a riconsiderarli, a osservarli a distanza di tempo, mettendo in luce aspetti non considerati precedentemente e identificando i propri interessi in ambito progettuale.

Il portfolio è quindi lo spazio in cui rivedere a distanza di tempo il proprio lavoro, comprendendo nuovi significati ed esplorando percorsi sconosciuti (S09). A questo proposito S04 afferma che attraverso il portfolio si ha la possibilità di:

> trovare dinamiche di connessione tra progetti che sembravano diversi, grazie alla distanza mentale e temporale con cui si osservano; in ogni versione del portfolio gli stessi progetti vengono montati secondo logiche e coerenze differenti.

La relazione tra autore, portfolio e destinatario è in continuo movimento; spesso dipende dalla crescita formativa di un progettista, che stravolge la percezione di sé e degli altri e, di conseguenza, dello strumento che li connette. Il portfolio, di conseguenza. è uno strumento in continua evoluzione, che va modificato o perfino ripensato completamente.
Alcuni soggetti coinvolti nel fieldwork hanno osservato una grande evoluzione tra le diverse versioni sviluppate; S56 sostiene che nel suo caso l'impostazione complessiva è rimasta simile, così come alcune scelte grafiche, ma il messaggio trasmesso è cambiato radicalmente attraverso un differente bilanciamento dei contenuti. Significativa la riflessione che ne deriva:

> Questo dimostra quanto il lavoro sul portfolio modifichi l'idea iniziale di se stessi e diventa uno strumento utile per l'autoconsapevolezza. Ci si evolve grazie al portfolio.

S16 considera il portfolio necessario a migliorare il portfolio stesso:

> Solo quando ti avvicini al portfolio, inizi a individuare un fil rouge che collega i progetti realizzati, le intenzioni comuni, un certo sentore, approcci simili; la prima versione rimane necessariamente embrionale e matura progressivamente.

La studentessa riflette che, rispetto alla prima versione, sono intervenute numerose modifiche anche se i contenuti e le fissazioni non sono mutati; ritiene che nell'ultimo elaborato sia riuscita a bilanciare meglio gli elementi tra loro, approfondendo alcuni aspetti del progetto che le interessano, come la progettazione tessile.
Anche S15 dichiara di aver sviluppato un'idea di portfolio completamente differente: il primo elaborato era costituito da fanzine separate, ciascuna dedicata a un unico progetto, legate da un'impostazione grafica comune: un modo per differenziare i pochi progetti realizzati fino a quel momento e per rafforzare la loro identità. Ora invece è intenzionata a unire tutti i progetti in un unico volume, concepito come magazine; e aggiunge:

> Avendo realizzato un maggior numero di progetti, più significativi rispetto a quanto avessi in precedenza, vorrei accorparli in una sequenza che li contestualizzi a livello teorico ma che preservi la loro indipendenza; avvicinarli senza fonderli. Credo di aver maturato una nuova consapevolezza di me.

È significativa la riflessione di due laureati che hanno intrapreso un percorso professionale all'interno di aziende di moda e che testimonia la differente percezione del ruolo del portfolio prima e dopo la conclusione del corso di laurea. S45 afferma:

> Il portfolio è una finestra sul proprio modo di pensare, progettare e immaginare, oltre che sulle proprie competenze. Durante l'università consente di mostrare un modo di riflettere, di agire, di trasformare i propri interessi e la propria sensibilità in progetti che dialoghino tra loro all'interno del portfolio; ora è diventato l'occasione per raggiungere nuove opportunità professionali e quindi è unicamente focalizzato sull'obiettivo lavorativo.

Simile è il cambio di prospettiva descritto da S41:

> Il portfolio è la raccolta dei propri lavori, un diario personale di ciò che è stato prodotto. Inizialmente pensavo fosse uno strumento per raccontare lavori esteticamente belli e interessanti, ora ho capito che consente di mostrare tutte le capacità acquisite: non credo che un'azienda sia interessata al gusto e all'estetica di un candidato, ma solo a rintracciare nei lavori presentati le competenze che stanno cercando.

I due intervistati mettono così in evidenza quanto si modifichi il rapporto tra portfolio e autore a seconda del momento in cui viene realizzato: per uno studente rappresenta soprattutto l'occasione per mostrare – a se stessi e agli altri – interessi, sensibilità e approccio progettuale, per un laureato si trasforma in un mezzo attraverso cui mostrare competenze e raggiungere nuove opportunità professionali.
La riflessione sul portfolio pone anche interrogativi sull'idea, più in generale, di presentarsi e raccontarsi attraverso un elaborato. S40 afferma:

> Il portfolio mi rappresenta parzialmente. Vorrei realizzare un portfolio in cui "saboto" il portfolio stesso, che non si caratterizzi solo come una raccolta di materiali prodotti precedentemente ma che contenga una riflessione sullo storytelling. Osservati a distanza di due o tre anni, i progetti possono suscitare nell'autore interrogativi, dubbi e scarsa empatia: questo andrebbe manifestato.

L'intervistato sottolinea quindi la non perfetta coincidenza tra la percezione di sé attuale e quanto emerge dal proprio portfolio, in costante asincronismo, provocando in molti intervistati un senso di insoddisfazione rispetto all'elaborato realizzato.

## 3.3 Chi è l'autore del portfolio?

Si è visto finora come il portfolio possa essere considerato un biglietto da visita, che comunica le competenze di un progettista a possibili interlocutori, ma anche un'opportunità formativa, luogo in cui l'autore ha la possibilità di maturare una consapevolezza di sé attraverso la riflessione sui progetti passati con una distanza emotiva e temporale.
L'indagine si concentra ora sulla relazione tra il portfolio di uno studente di moda e la sua identità. Dalla discussione si comprende come il portfolio, costringendo l'autore a riflettere sui progetti realizzati in passato, individuando azioni ricorrenti, ossessioni e linguaggi ripetuti, porti lo studente a maturare la consapevolezza di sé e delle proprie modalità progettuali, arrivando a definire in modo sempre più preciso la propria identità, metterla in discussione o inventarne una. Si tratta, però, di un'identità frammentata, in continua evoluzione, le cui tracce depositate nei singoli progetti vengono ricomposte e riattivate in forme sempre diverse.
S58, professionista che si occupa da anni di un contest dedicato agli studenti di moda, osserva che spesso il portfolio è un insieme di lavori, che non consente però di conoscere l'autore:

> È frequente che il portfolio non sia un versa espressione dell'autore ma un riassunto dei lavori realizzati, un insieme di esercizi slegati tra loro. Manca spesso un immaginario che racconti la persona, manca la consapevolezza della propria identità; in questi casi si percepisce che lo studente sta esplorando solo una minima parte di sé senza avere coscienza della propria complessità.

Le aspettative dell'intervistata si rivolgono, dunque, a conoscere l'autore attraverso il suo portfolio, a scoprire la sua identità più che le competenze o i dettagli progettuali.
Alcuni soggetti dichiarano che l'identità dell'autore è rintracciabile nel modo in cui viene realizzato il portfolio, dalla somma delle scelte compiute (S05); secondo S02, invece, questa è già visibile nei singoli progetti e, quindi, non è necessario arrivare a definirne una a posteriori. Per alcuni è cruciale intraprendere un percorso professionale all'interno di un'azienda con un'idea di sé precisa e stabile (S06), mentre altri consigliano di non temere la perdita della propria identità considerandola un'occasione di crescita, di sviluppo e di evoluzione (S13).
Alcuni intervistati, come S04 e S59, considerano il portfolio un luogo in cui narrare la propria storia e raccontare la propria identità, evitando però di considerarlo in modo univoco e modificandolo a seconda della finalità. Infatti l'identità di uno studente, evidenzia S05, è in pieno divenire; è una scoperta continua, un'evoluzione rapida e dirompente che porta a letture sempre diverse del percorso compiuto. Di conseguenza, il portfolio dovrà rispondere in diretta all'aggiornamento dell'identità di cui l'autore è diventato consapevole.
La lettura di un portfolio, quindi, si trasforma nella scoperta dell'identità dell'autore, come sintetizza S51:

> Osservando il portfolio di altri studenti, riconosco all'interno la loro identità, percepisco il loro tratto distintivo in quanto autori.

La relazione tra portfolio e identità non si limita però all'autore ma, sviluppando l'indagine all'interno di corsi in design della moda, si estende all'intero ambito formativo. Il ragionamento giunge infatti a stabilire una connessione tra l'identità dello studente e l'identità della scuola; è inevitabile, infatti,

che la scuola, considerata come insieme di docenti, studenti e collaboratori, incida sull'identità del singolo e ne lasci un'impronta, depositi frammenti di identità collettiva che vengono inglobati, più o meno consapevolmente, dall'autore.
A conferma di questa osservazione, S12 cita un episodio:

> Ho partecipato a una giornata di presentazione del portfolio degli studenti di una scuola di moda ad alcune aziende del territorio; ho trovato interessante come emergesse in modo chiaro l'identità della scuola attraverso quella degli studenti, comunicata attraverso il portfolio.

Il lavoro del singolo, quindi, è anche espressione indiretta del lavoro collettivo, di un'azione più o meno dichiarata del contesto formativo. S59 contribuisce alla riflessione su questo tema raccontando l'esperienza del suo archivio, una raccolta di migliaia di portfolio di candidati al contest internazionale da lei diretto; è infatti visitato da molti docenti e direttori di scuole internazionali che chiedono di visionare i lavori degli studenti di una specifica scuola per comprenderne l'impostazione didattica generale.
Anche S60 si sofferma su questo aspetto, rilevando però alcune criticità rispetto all'influenza della scuola sull'identità del singolo:

> Ogni scuola si traduce nel portfolio dei propri studenti, è riconoscibile un tratto che li accomuna, anche se oggi fortunatamente è meno evidente. Alcuni anni fa i portfolio di una stessa scuola erano tutti molto simili, oggi rimane visibile solo un'estetica comune e un'attenzione a certi aspetti del progetto. Inevitabilmente i docenti segnano i propri studenti.

E aggiunge:

> Il portfolio è un libro aperto di una fase della vita, quella universitaria, in cui si deve essere totalmente liberi di esprimersi e di ricercare la propria identità. Il supporto scolastico è fondamentale in questo percorso ma osservo che molte scuole condizionano eccessivamente lo studente con il proprio punto di vista; ritengo sia un errore, perché lo studente deve essere stimolato, non condizionato.

Su questo aspetto va registrato anche il punto di vista degli studenti, consapevoli di quanto la propria scuola attribuisca loro un'impronta chiara, diversa da tutte le altre realtà formative. S15, ad esempio, riconosce un'identità della sua università caratterizzata da una particolare attenzione verso la ricerca iniziale e lo sketchbook; ogni studente è poi libero di ridistribuire gli equilibri all'interno del portfolio, aumentando o limitando lo spazio delle diverse fasi in base a ciò che considera più significativo rispetto al proprio approccio progettuale. S48, invece, sottolinea di non sentirsi rappresentata dal proprio portfolio perché i progetti contenuti derivano spesso da precise indicazioni progettuali fornite dai docenti e dalla scuola:

> Non lo percepisco come un racconto di me perché non sento di avere ancora sviluppato progetti personali; l'università ci spinge ad affrontare principalmente aspetti tecnici a partire da precisi input forniti dai docenti.

S16 riscontra difficoltà nel discostarsi dalla visione della scuola per appropriarsi di un proprio metodo progettuale che metta in discussione quando



insegnato.
Emerge qui con chiarezza l'idea di scuola come dispositivo, delineata nel primo capitolo, un'istituzione che impone una rete di regole e modelli al cui interno ogni studente prova a esplorare, a misurare e misurarsi; il portfolio, di conseguenza, rappresenta per lo studente uno strumento importante attraverso cui districare questa rete, individuare una traiettoria e percorrerla.

Attraverso l'analisi condotta finora è emerso con evidenza che il portfolio non può essere considerato un oggetto unico e stabile, ma si trasforma radicalmente a seconda delle finalità con cui è progettato, ovvero dall'individuazione degli obiettivi posti inizialmente dall'autore e degli interlocutori a cui si presenterà l'elaborato finale. L'indagine ha spinto la riflessione attorno a tre macrocategorie di potenziali destinatari: le scuole, i concorsi e le aziende di moda.
Secondo la maggioranza dei soggetti coinvolti nel focus group e intervistati individualmente, le diverse tipologie di destinatario condizionano in modo determinante la progettazione del portfolio, alterando l'esito finale. Alcuni studenti, invece, dichiarano di non essersi interrogati prima su come possa variare il portfolio a seconda del destinatario (S46), altri sono convinti che il portfolio non venga condizionato da coloro che lo guarderanno ma solo dal percorso che l'autore vuole seguire (S01). Anche i docenti coinvolti nel focus group non condividono l'idea che il portfolio vada alterato a seconda della tipologia di destinatario; S11, ad esempio, ritiene che l'approccio debba essere identico, cercando di illustrare sinteticamente e in modo chiaro le proprie caratteristiche. S12 crede invece che sia sufficiente estrarre dall'archivio i materiali più idonei per ogni situazione. S13 è convinta che il solo obiettivo del portfolio sia di presentarsi, entrando in relazione con l'interlocutore, a prescindere da chi sia e da che ruolo ricopra.

Una sintesi di come possano variare le aspettative in base alle diverse tipologie di destinatario viene fornita da S38; crede che ogni interlocutore sia interessato ad aspetti diversi, ma in generale ritiene che:

> Le aziende hanno una visione più orientata a cercare nella persona professionalità, capacità e conoscenze; il concorso potrebbe essere legato forse a una mente più creativa, ma dipende dal tipo di concorso e da chi è organizzato, visto che spesso nasce dalle stesse aziende; l'università credo invece possa essere più interessata al metodo, alla creatività, alla progettualità e allo stile personale.

Se il portfolio, dunque, è destinato a un'università è preferibile seguire un ordine cronologico, mettendo in evidenza il percorso formativo compiuto fino a quel momento e i possibili sviluppi futuri (S05), le competenze acquisite e quelle che ci si aspetta di apprendere, nel modo più onesto possibile per essere conosciuti come si è realmente (S03). L'università, secondo S43, è più interessa alla presentazione, al progetto del portfolio stesso e alla capacità di comunicare un'identità; la scuola lavora sulla dimensione personale, l'azienda sulla capacità di rispondere a input precisi. E conclude:

> L'università è molto interessata alla ricerca, a ciò che è meno definito e che si pre-

> senta in forma aperta; credo dipenda dal fattore temporale, che in azienda è sempre ridotto al minimo e impedisce la riflessione.

Quando invece il destinatario è un concorso di talent scouting, è necessario porre l'accento sulla propria identità, su ciò che differenzia dagli altri, sugli aspetti più impattanti e sorprendenti (S02). Come dichiara S59:

> Se il portfolio viene presentato a un concorso deve mettere in evidenza l'identità dell'individuo, la sua creatività e la storia che vuole raccontare.

Se il portfolio, infine, è destinato a un'azienda, è preferibile mettere in evidenza le competenze e come queste possano essere messe a disposizione della stessa, cercando di rispondere alle aspettative (S06); in questo caso, il portfolio dovrebbe chiarire in che modo il progettista può contribuire allo sviluppo dell'azienda attraverso le capacità che è disposto a mettere in campo (S08). S59 dichiara:

> Se il portfolio è destinato a un'azienda, è opportuno mostrare la propria visione di quella realtà realizzando un progetto ad hoc; è importante capire che non si sta promuovendo se stessi, che non va realizzata una mostra del proprio lavoro, ma va dichiarato un punto di vista e una propria interpretazione di quell'azienda.

Secondo S61, invece, non è sempre consigliabile annullare il proprio gusto e approccio progettuale cercando di avvicinarsi il più possibile a quella dell'azienda; suggerisce piuttosto di cercare un equilibrio tra le diverse sensibilità che emergono dai progetti:

> Va anche messa in luce l'identità del progettista, ponendo attenzione a quanto questa sia affine o distante dal possibile interlocutore: se l'identità [del designer] è molto diversa dall'azienda, può in alcuni casi risultare stimolante e interessante, in altri diventa un limite. Per questo è necessario cercare sempre un giusto equilibrio tra i progetti che rappresentano al meglio lo studente e quelli più in linea con l'azienda.

S56 afferma di aver sempre sviluppato il portfolio in funzione di una grande azienda e di non aver mai considerato altri possibili destinatari, dato che rappresenta il suo unico obiettivo; per questo, ritiene che il portfolio vada strutturato con un'estrema chiarezza poiché il tempo dedicato alla visione sarà minimo e rappresenterà uno dei tanti lavori valutati contemporaneamente.
S45 cerca di modificare il portfolio a ogni invio o ogni colloquio, bilanciando i materiali in modo da rendere il risultato più in linea con la figura professionale richiesta e con le caratteristiche dell'azienda. S14, invece, ritiene sbagliato modificare il portfolio cercando di essere in linea con l'azienda a cui ci si presenta, perché l'interlocutore è più interessato alla maturità e alla precisa identità del candidato. Dopo alcuni anni di esperienza lavorativa, S43 è arrivata alla conclusione che le aziende sono interessate a una struttura chiara di portfolio che documenti le competenze dell'autore; per questo crede sia importante inserire disegni e dettagli tecnici, dimostrare le conoscenze di software, lasciando in secondo piano gli aspetti creativi.
Molti intervistati hanno già mostrato un proprio portfolio a realtà esterne ricevendo consigli, critiche e apprezzamenti.
S41 ha avuto diversi colloqui con aziende e gli è stato suggerito di inserire elementi relativi al processo progettuale, al work in progress, che consentano di comprendere la traiettoria che lega i riferimenti progettuali allo shooting conclusivo. Anche a S14 è stato suggerito, durante un colloquio lavorativo, di introdurre dettagli tecnici che possano dimostrare la capacità di tradurre spunti progettuali e disegni iniziali in oggetti realizzabili e studiati in ogni dettaglio.
S45 ha sviluppato un portfolio costituito da fascicoli separati, legati da un layout grafico unitario, che raccontano le diverse competenze acquisite durante le prime esperienze lavorative (grafica, ricami, progetto di collezione donna); questa varietà di competenze è stata giudicata positivamente durante i colloqui affrontati ma, in alcuni casi, è stata letta come un limite, soprattutto se l'azienda era alla ricerca di una figura molto specifica con competenze mirate.
S07 ha avuto modo di presentare il proprio portfolio a un'agenzia di talent scouting, che ha consigliato di inserire più materiali come riferimenti progettuali, schizzi, primi disegni e bozzetti, dato che il suo elaborato appariva troppo focalizzato sui servizi fotografici conclusivi. L'agenzia ha inoltre suggerito di invertire l'ordine dei progetti, da lei disposti cronologicamente dal primo realizzato fino al più recente, iniziando quindi da quello più convincente e maturo, perché è fondamentale catturare fin da subito l'attenzione dell'interlocutore.
S49 ha partecipato a una Portfolio Review organizzata da Vogue Italia e ha presentato il proprio elaborato a Sara Sozzani Maino, direttrice di Vogue Talents; alla studentessa è stato suggerito di rendere il portfolio più materico, di inserire tessuti, campioni di materiali e prove di lavorazione che potessero renderlo più personale e identitario.
Alcuni hanno ricevuto feedback anche dall'università in cui avrebbero voluto frequentare un master, come nel caso di S52 che ha sottoposto il proprio portfolio alla Central Saint Martins; in quel caso, come già visto in precedenza, è stato suggerito di cercare una maggiore coerenza tra i progetti per comunicare una precisa identità.
L'attività di ricerca sul campo ha quindi verificato quanto il progetto del portfolio sia influenzato dalle situazioni a cui è destinato e come sia fondamentale che ogni studente stabilisca fin da subito la finalità con cui va realizzato; il destinatario condiziona la struttura complessiva del portfolio, la tipologia di contenuti, l'equilibrio tra le parti. Alcuni intervistati, invece, credono che non sia opportuno strutturare versioni diverse ma pensare unicamente alla principale finalità del portfolio: entrare in relazione con l'interlocutore.
Viene quindi confermata l'ipotesi che il portfolio sia uno strumento attraverso cui entrare in relazione con gli altri, rendendo evidente quell'identità sociale definita nel primo capitolo. La relazione è sicuramente quella instaurata dallo studente con i destinatari del proprio lavoro; ma, allo stesso tempo, il portfolio costringe l'autore a mettersi in relazione con se stesso, a conoscersi e definirsi. Non va poi dimenticata la connessione tra il singolo studente e l'ambiente formativo con l'impronta di questo sulla sua identità, rintracciabile nel portfolio.

## 3.4 Contenuti

Il lavoro di ricerca sul campo ha finora fatto emergere riflessioni molto ampie e diversificate, arrivando a individuare punti di vista lontani tra loro che testimoniano la complessità dell'oggetto di ricerca e l'importanza di questa indagine.
Approcci molto diversi si registrano anche rispetto alla tipologia di materiali da inserire nel portfolio: immagini di riferimento, schizzi, bozzetti, silhouette, tessuti, texture, lavorazioni, disegni tecnici, documentazione del work in progress, cartamodelli, teline, shooting degli esiti progettuali. Attraverso le interviste e il focus group si è indagato quali tipologie includere nel portfolio e il loro peso all'interno dello storytelling complessivo.
Alcuni intervistati sostengono che il servizio fotografico sia l'elemento di maggiore impatto (S03), poiché rappresenta efficacemente una storia visualizzando il traguardo progettuale; le altre fasi andrebbero inserite dedicando loro, però, minore importanza (S02). S45 condivide questa idea e la giustifica con la necessità di ridurre il tempo di lettura e la lunghezza del portfolio. Preferisce inserire quasi esclusivamente immagini dei progetti conclusi, in forma di shooting o look book, perché ritiene che possano raccontare implicitamente tutta la ricerca e il processo seguito, pur consapevole che possa essere un limite escludere le fasi precedenti del progetto. Si dichiara certo di non voler inserire elementi – quali il disegno manuale – che non considera parte dei suoi interessi e su cui non ha intenzione di lavorare; «non voglio che il portfolio faccia emergere interessi che non ho». S41 condivide in parte questa visione ma l'argomenta sul piano estetico; dichiara di inserire nel portfolio solo «immagini belle» e per questo motivo fatica a considerare foto del work in progress, delle teline e delle prove di lavorazione, in quanto prive di una qualità estetica sufficiente. Anche S12 è convinta che il servizio fotografico sia il linguaggio più immediato, ma può diventare anche un limite perché non consente di mostrare accuratamente aspetti molto tecnici quali la capacità di disegnare, di realizzare un cartamodello, di produrre un punto di maglieria, di studiare la caduta del tessuto.
Rispetto alla modalità con cui mostrare gli esiti progettuali, S14 crede che sia più indicato inviare a un'azienda foto tipo lookbook, scattate in studio su fondo neutro, più che immagini realizzate come un redazionale di rivista; in questo modo il destinatario potrà apprezzare in modo più efficace i dettagli del progetto. S44 dichiara di aver sempre inserito esclusivamente gli esiti finali dei progetti, ma aggiungendo anche lavori esterni al progetto di moda (ricerche iconografiche per un libro, locandine di conferenze organizzate) per fornire un'immagine più completa e articolata di sé. Lo stesso approccio era seguito inizialmente da S52 ma, dopo un'esperienza all'estero e il confronto con alcune realtà aziendali, ha maturato la necessità di documentare il processo progettuale seguito, dai riferimenti iniziali agli esiti conclusivi.
Molti invece sottolineano la necessità di spostare l'attenzione sull'iter progettuale per fornire un'immagine più articolata e complessa di sé, raccontando la modalità con cui sono stati sviluppati i progetti e non solo i risultati a cui si è giunti. Dalle interviste emerge la convinzione che ogni progetto necessiti un linguaggio comunicativo diverso e richieda di privilegiare momenti progettuali differenti, tenendo conto dell'obiettivo del portfolio e della tipologia di contenuti che meglio possano aiutare a raggiungerlo (S09). Come visto in precedenza, risulta per questo importante avere un obiettivo chiaro nella realizzazione del portfolio, evitando parti confuse che ostacolino la comprensione dei progetti ed eliminando elementi di cui non si è pienamente convinti, perché non si sarebbe in grado di difenderli durante un colloquio. S05, ad esempio, preferisce le illustrazioni perché ritiene siano il metodo per lui più efficace per comunicare le proprie idee. S04 aggiunge che sono proprio le fasi di ricerca e di impostazione iniziale del progetto a comunicare in modo più immediato l'identità del progettista, mentre lo shooting fotografico trasmette un'idea più generale degli esiti. S15 è più interessata a documentare la ricerca, gli schizzi preliminari, i disegni e lo shooting, mettendo in secondo piano (o evitando) il work in progress o le teline.
S11 suggerisce di aggiungere un breve testo, che aiuti la lettura e la comprensione della storia, supportando il destinatario con alcune parole chiave che sintetizzino i temi trasversali, come consigliato da S10 e S54. Anche per S51 i testi ricoprono un grande valore all'interno del portfolio, perché spiegano il progetto e lasciano trasparire uno stile, un gusto; nel suo caso ha deciso di non documentare le fasi intermedie dell'iter progettuale e i dettagli tecnici perché ritiene di essere più interessata ad altri aspetti del progetto di moda. S45 invece ha maturato nel tempo l'idea che sia necessario ridurre al minimo le parti testuali, limitandole a brevi frasi di spiegazione nel caso in cui il portfolio venga inviato via e-mail o visionato senza la sua presenza, opinione condivisa anche da S42.
I testi possono diventare importanti anche nei progetti di gruppo o nel caso in cui uno studente abbia frequentato diversi corsi di studio: S52, ad esempio, ha introdotto brevi testi per descrivere il concept, specificare in quale contesto formativo è stato realizzato il progetto (giustificando, di conseguenza, eventuali differenze nell'approccio e nel linguaggio), per distinguere i lavori individuali da quelli di gruppo e, in questo caso, per evidenziare quali parti del progetto erano seguite in prima persona e quali in modo più collettivo o totalmente da altri.
Avendo sviluppato molti progetti, S44 ha deciso di privilegiare quelli di maglieria, un settore che le interessa in modo particolare e nel quale vorrebbe sviluppare il proprio percorso professionale.
Per aiutare la lettura del portfolio, S49 e altri intervistati raccontano di aver suddiviso il portfolio in sezioni tematiche, distinguendo le diverse tipologie di progetto (tessuto, maglieria, grafica, comunicazione, accessori); questo consente all'interlocutore di soffermarsi sui capitoli che lo interessano maggiormente.
Come emerso in precedenza rispetto alla formulazione di una definizione di portfolio, delle dinamiche temporali che lo caratterizzano e del ruolo autoriale, l'indagine sul campo ha individuato molteplici punti di vista e diversi approcci anche in merito ai contenuti da inserire. Ogni intervistato ha espresso una personale visione sugli equilibri tra i materiali da includere nel portfolio, privilegiando in alcuni casi le fasi di ricerca iniziale, in altri quelle conclusive, in altri ancora gli aspetti più tecnici del progetto.
Questo conferma la specificità del portfolio di moda rispetto a quello di altre

discipline del progetto, perché lo studente può effettuare una selezione tra tipologie molto varie di materiale e, di conseguenza, delineare immagini di sé fortemente differenti. La riflessione sui contenuti del portfolio rafforza quindi l'idea che sia impossibile giungere a un modello universale di portfolio, perché ogni caratteristica dipende dall'obiettivo con cui viene realizzato, il momento formativo in cui è progettato, il contesto, i destinatari e, soprattutto, l'identità dell'autore.

## 3.5 Processi

Dopo aver mappato le diverse voci che definiscono il portfolio, le sue finalità e i contenuti da inserire, l'attenzione si sposta sul processo di realizzazione dello stesso, sulla struttura e sull'ordine con cui vengono disposti i progetti. Se, come osservato, il portfolio porta l'autore a riflettere sul proprio percorso per individuare il filo conduttore che collega i diversi progetti realizzati, il primo approccio a questo oggetto dovrebbe richiedere una visione simultanea e globale di immagini, testi, disegni, shooting fotografici, dettagli. S60 concorda con questa modalità:

> Consiglio sempre di provare a mettere sul tavolo tutto il proprio lavoro e iniziare a mettere ordine, ricordandosi che la persona a cui ci presenteremo non conosce nulla di noi e del nostro lavoro.

Questo è il metodo seguito da S18, che racconta di aver analizzato tutti i progetti realizzati e i materiali prodotti e di aver individuato alcuni temi ricorrenti nel proprio lavoro, cercando poi di inserire nel portfolio tutte le immagini utili a rafforzare quelle chiavi di lettura.
Un approccio simile è suggerito da S61, una delle responsabili del progetto Lagente Green, nato nel 2013 all'interno dell'omonima agenzia di consulenza, supporto e tutela per le figure creative; il progetto coinvolge le principali scuole di moda italiane e, come unica realtà estera, la Central Saint Martins. Come racconta S61, l'obiettivo è di aiutare alcuni neolaureati a trovare una prima occupazione come progettisti di moda e seguirli in questo percorso, supportandoli nelle diverse fasi lavorative; ogni anno viene selezionata una decina di studenti che saranno supportati dall'agenzia per dodici mesi. Questa la descrizione di S61:

> Durante il primo incontro vediamo insieme tutto il materiale che hanno sviluppato durante il percorso formativo e cerchiamo di stimolare in loro una riflessione; li aiutiamo a selezionare i progetti più interessanti, capire quali li rappresentano maggiormente anche a distanza di anni: la selezione è il momento più importante e difficile. Poi capiamo insieme quali materiali inserire per ogni progetto selezionato e lasciamo loro il tempo di elaborare una bozza di portfolio, spingendoli a evidenziare i punti di forza che li caratterizzano.

Compaiono qui alcune delle fasi identificate da Danielson e Abrutyn e riprese in seguito da Barrett, analizzate nel corso del primo capitolo; nello specifico, si evidenzia l'importanza della riflessione sui propri materiali e della selezione di quelli più idonei a raggiungere il traguardo fissato. S61 racconta che l'obiettivo di questo lavoro è di realizzare un portfolio completo, da presentare ai colloqui in forma cartacea, e un estratto digitale da inviare via e-mail insieme al curriculum. Agli studenti viene suggerito di non pensare al portfolio come volume unico e fisso ma progettarlo in modo da poter inserire o togliere materiali in modo da personalizzarlo a seconda del destinatario; secondo l'opinione dell'intervistata, i progetti vanno presentati a partire dall'ultima esperienza fino a quella meno recente, come avviene nel curriculum.

### 3.5.1 Sequenze

Una parte dei soggetti intervistati concorda con l'impostazione suggerita da S61 di disporre i progetti in ordine cronologico inverso, mentre l'altra si discosta nettamente. Alcuni (S02, S03, S07, S09, S52) considerano importante optare per un ordine cronologico all'interno del portfolio, anche se preferiscono aprire con il primo progetto realizzato e procedere con quelli successivi, per documentare e raccontare lo sviluppo del proprio percorso formativo e dell'identità, «mostrando le capacità iniziali e procedendo in maniera progressiva per valutare il progresso compiuto» (S03). Altri (S01, S04, S06, S08, S10) sostengono, invece, che sia più importante ricercare il giusto ritmo attraverso un'attenta selezione dei progetti più efficaci, concependo il portfolio come una rivista, un'idea editoriale che veicoli contenuti. In questo caso, però, alcuni evidenziano l'importanza di specificare la data in cui è stato realizzato un progetto perché consente all'interlocutore di valutare la progressione anche se i progetti non sono disposti in ordine cronologico (S10, S12, S13).
Viene anche messa in discussione l'idea di disporre i progetti in sequenza; S16, ad esempio, afferma che sarebbe interessante unire i progetti e amalgamare i diversi materiali, raggruppando disegni, superfici e shooting fotografici per ottenere un racconto fluido e continuo. S15 critica il proprio portfolio perché la divisione tra i progetti, causata anche dall'archiviazione dei progetti in cartelle separate del computer, impedisce una lettura trasversale efficace; con il portfolio successivo, vorrebbe tentare una fusione di tutti i contenuti in un unico oggetto.
Va segnalata l'opinione di S11 e S13 che concordano sull'opportunità di dividere in due momenti l'azione legata al portfolio: il primo consiste nel catalogare tutto il materiale prodotto per ciascun progetto selezionando quello più efficace e procedendo alla costituzione di un archivio ragionato e datato, sempre pronto all'uso (questa fase può essere associata all'idea del working portfolio definita da Danielson e Abrutyn). Dal backstage si passa quindi al frontstage, estraendo di volta in volta i materiali più adatti al destinatario, individuando la quantità e la tipologia dei contenuti da inserire, arrivando quindi a definire display portfolio sempre diversi. S11 ritiene che l'archivio – il working portfolio – racconti realmente l'autore, mentre il display portfolio aiuti a narrare storie diverse a seconda dell'interlocutore, creando sempre nuove identità. S13 sottolinea che:

> Lo sguardo sul portfolio oggi è molto rapido. Osservando il sito di un brand, di un designer, cerchiamo di cogliere all'istante lo stile generale; solo se particolarmente interessati, approfondiamo osservando nel dettaglio e leggendo le descrizioni.

Nel progetto di portfolio, quindi, andrebbe ricercata una doppia velocità di lettura che consenta di cogliere l'identità dell'autore già al primo sguardo e di poter in seguito approfondirne le caratteristiche e le sfumature. S14 ha osservato le statistiche di Issuu, piattaforma online su cui ha pubblicato il proprio portfolio, e risulta che il tempo medio di lettura è di 39 secondi, il tempo massimo di 2 minuti e 14 secondi; questo rende evidente quanto sia essenziale trasmettere in modo immediato l'idea di sé e della propria identità.
Come emerso più volte fino a questo punto, l'identità di un progettista è un territorio dinamico, in costante evoluzione; questo implica che la struttura stessa del portfolio e la sequenza dei progetti vadano ripensate per sintonizzarle con l'autore. S41 osserva che da studente disponeva i progetti in ordine cronologico, per trasmettere i progressi compiuti, mentre ora procede inversamente, mostrando subito l'ultimo progetto realizzato, più maturo e articolato rispetto ai precedenti. Credo che questo dimostri anche una maggiore sicurezza rispetto alla propria identità, in quanto non si sente più la necessita di "giustificare" il presente attraverso il percorso compiuto, ma la consapevolezza acquisita consente di trasmettere direttamente il proprio immaginario e le competenze sviluppate.
S38 osserva una notevole differenza tra il suo ultimo portfolio e il primo. Inizialmente era pensato come una scatola con fascicoli separati, che risultavano però scarni, deboli e senza un chiaro obiettivo comune; ora invece i progetti comunicano tra loro, pur mantenendo la loro diversità, e l'impostazione grafica cerca di centrare il vero obiettivo dell'autore: conquistare il destinatario.

### 3.5.2 Disciplinare il portfolio

Attraverso le interviste viene indagato in quale momento sia stato realizzato il primo portfolio e se all'interno del corso di studi sia previsto un corso specifico. Le risposte degli studenti dipendono, ovviamente, dalla scuola di provenienza.
S38, che ha frequentato allo Iuav il corso in Concept Design nel quale si è affrontato anche il tema del portfolio, testimonia che sono stati forniti alcuni esempi e alcune indicazioni generali, evitando un modello precostituito e lasciando grande libertà agli studenti nella costruzione di un artefatto che rispecchiasse al meglio il loro approccio al progetto.
Molti studenti dello Iuav si sono confrontati per la prima volta con il portfolio in occasione della candidatura al bando Erasmus o per la ricerca di uno stage curricolare. Alcuni specificano di non aver seguito alcun modello, cercando forse di sottolineare un atteggiamento totalmente privo di limiti e pienamente autoriale; altri invece hanno osservato esempi di altri studenti (S42) o preso spunto da cataloghi di mostre (S40), che però vengono analizzati da un punto di vista grafico (S15).
L'EASD di Alcoi non prevede un corso specifico e gli studenti si trovano nelle condizioni di formare una propria idea di portfolio. S23, ad esempio, racconta di essersi confrontata con altri studenti, cercando esempi in Internet senza però trovare nulla che li convincesse perché ambigui, confusi e con troppi contenuti; è consapevole che il confronto tra colleghi abbia generato esiti simili.
Gli studenti del Politecnico di Milano, invece, frequentano un corso dedicato al portfolio durante l'ultimo semestre del corso di laurea triennale. Come illustrato da S55 e altri intervistati che hanno frequentato lo stesso corso, viene inizialmente costruita una tabella dei contenuti sviluppati nei tre anni, elencando tutti i progetti realizzati e, per ciascuno, i materiali prodotti (mood, schizzi, bozzetti, disegni tecnici, texture, schede tecniche, testi, shooting); successivamente, guidati dalla docente, escludono i progetti ritenuti meno significativi o più ripetitivi, che non contribuiscono cioè a illustrare le competenze acquisite. Il passaggio successivo consiste nel progetto grafico, un layout che contraddistingue lo studente e che consente una lettura chiara e agevole dei progetti. A questo punto i contenuti selezionati vengono inseriti all'interno della griglia grafica definita e si procede alla messa in pagina.
L'aspetto più complicato, secondo S56, riguarda la selezione dei progetti da includere e, soprattutto, i materiali da escludere:

> Ho cercato di includere gli elementi che potessero far comprendere nel modo più chiaro e diretto il messaggio; per questo ho cercato di sviluppare un portfolio minimale, pulito, iniziando la presentazione di ogni progetto con un colore diverso, un testo e un'immagine di riferimento, consentendo anche a uno sguardo rapido di comprendere con facilità i contenuti.

Anche S38 ammette che la difficoltà maggiore consiste nella capacità di eliminare ciò che non serve, escludere le immagini e i progetti che non contribuiscono all'obiettivo comune. Su questo aspetto critico appare importante evidenziare il punto di vista di S58:

> Alla fine di un percorso formativo bisogna essere in grado di accettare i propri limiti, di capire i punti di forza e di debolezza; il portfolio dovrebbe evidenziare questi aspetti, sottolineando anche le proprie lacune.

Il processo di autoconsapevolezza va quindi direzionato non solo verso la formazione di un'identità fatta di sensibilità e competenze ma anche di limiti e fragilità.
S54 ritiene che frequentare un corso dedicato al portfolio rappresenti un vantaggio, perché consente di apprendere un metodo chiaro, ma comporti un limite dato che il risultato deve soddisfare anche i docenti, non solo se stessi; vorrebbe eliminere dal proprio portfolio i progetti iniziali che non ritiene più validi rispetto alla sua identità attuale, conservando solo quelli dell'ultimo anno, in grado di mostrare maggiormente le qualità sviluppate. S49 espone una riflessione simile, dichiarando che il portfolio realizzato durante il corso universitario era finalizzato alla discussione di tesi e per questo doveva necessariamente documentare tutto il percorso formativo compiuto; ora si sente autonoma e libera di modificarlo radicalmente, rendendolo un racconto di sé e del proprio gusto progettuale. S27 lamenta le difficoltà riscontrate perché l'approccio grafico del corso alla riflessione sul portfolio le ha impedito di individuare un linguaggio personale che la rispecchi pienamente; e aggiunge: «preferirei essere libera di sperimentare e valutare diversi risultati senza stabilire a priori una griglia e un'immagine coordinata».
Alcuni studenti del PoliMi osservano che questa impostazione comune,

questo modello a cui attenersi produce un risultato da cui traspare in modo evidente l'impostazione della scuola (S56), non solo relativa al portfolio stesso ma, in generale, allo sviluppo dei progetti di moda. Secondo S54, infatti, la scuola guida gli studenti ad affrontare i diversi progetti in modo simile, attraverso modalità codificate e ripetute:

> In tutti i progetti degli studenti di design della moda del Politecnico di Milano si possono individuare caratteristiche molto simili, lo stesso metaprogetto e una particolare attenzione agli aspetti tecnici.

Questo conferma quanto emerso in precedenza dalle parole di S12, S60 e S61 che evidenziavano una lettura dell'identità della scuola attraverso il portfolio di un singolo studente.
Interessante anche l'esperienza di S52, che ha frequentato il corso di laurea triennale al Politecnico di Milano e il master al London College of Fashion. Dichiara di aver visionato vari portfolio in ciascuna scuola e, attraverso questi, di aver individuato chiaramente due identità formative diverse: la scuola italiana si caratterizza per un approccio industry focused e un'attenzione agli aspetti tecnici del progetto che permette di sviluppare competenze da presentare nel portfolio, quella inglese è più interessata alla libertà creativa, alla narrazione di sé e del proprio percorso progettuale.

### 3.5.3 Post-produzione e progetto collettivo

Dal confronto con gli studenti emerge che il portfolio non implica solo un progetto grafico complessivo in cui collocare immagini già prodotte e archiviate, ma spesso queste richiedono interventi di post-produzione o riedizione.
In alcuni casi il progetto grafico costituisce una soluzione per rendere più convincenti progetti che non soddisfano totalmente l'autore; S47, ad esempio, afferma di esprimere attraverso il portfolio il proprio stile in modo efficace e funzionale, anche con quei progetti di cui non è soddisfatta ma che cerca di valorizzare attraverso un progetto grafico in grado di attribuire una nuova estetica ai contenuti. Altri invece non concordano e preferiscono inserire solo i progetti da cui ci si sente pienamente rappresentati, realizzando una vetrina concreta di se stessi (S14).
A volte la frenesia del processo creativo, le fasi intermedie anche abbozzate, frammentate e confuse possono aiutare a comunicare in modo più immediato l'identità dell'autore e le modalità del processo progettuale (S04), ma in altri casi diventa necessario rielaborare i materiali prodotti e adeguarli a un'immagine più attuale di sé. S52, a questo proposito, racconta di aver modificato i primi progetti realizzati, perché poco in linea con il suo approccio attuale: «ho modificato i disegni, editato alcune immagini, cercando di rafforzare l'aspetto complessivo». Questi interventi seguono un colloquio avuto dallo studente alla Central Saint Martins per accedere a un master in womenswear, per il quale non è stato selezionato a causa, secondo il feedback ricevuto, di una scarsa coerenza tra i diversi progetti. Per questo motivo dichiara di cercare nel portfolio una maggiore compattezza tra i progetti, uno stile comune, lo stesso editing e figurini simili tra loro in modo da trasmettere una precisa identità.
Un ulteriore aspetto da considerare viene sollevato da alcuni intervistati; spesso, soprattutto al Politecnico di Milano, i progetti non vengono sviluppati individualmente ma in piccoli gruppi, ponendo interrogativi su come trattare questi materiali, che a volte possono essere stati realizzati da altri. S49 evidenzia innanzitutto che questa modalità di lavoro ha parzialmente limitato lo sviluppo di una propria autonomia progettuale, in quanto ogni esperienza si è trasformata in una negoziazione con gli altri componenti del gruppo e non in una libera espressione e scoperta delle proprie attitudini.
I lavori collettivi producono una distribuzione dei compiti durante le fasi progettuali; per questo diventa necessario, secondo S47, intervenire fortemente sui materiali elaborati per poterli includere nel portfolio e renderli in linea con l'immagine complessiva. Anche S51 ha provveduto a rielaborare i materiali di gruppo, riscrivere i testi, ridisegnare i bozzetti e fotografare nuovamente gli outfit realizzati. S53, invece, cita l'esempio della sua esperienza durante un master, durante il quale ha sviluppato alcuni progetti tutelati da privacy dall'azienda internazionale che ha organizzato il corso; ha deciso di modificarli in modo significativo per poterli includere nel portfolio, dato che sono esempi rilevanti del suo approccio al progetto.
Il tema del lavoro di gruppo trova uno spunto di riflessione completamente diverso nelle parole di S59:

> Siamo nel mondo del collettivo. La figura del designer oggi è profondamente mutata rispetto a qualche anno fa, è diventato un coordinatore di diverse professionalità. Il portfolio però non rispecchia questa coralità di azioni, rimane un oggetto progettato e realizzato da una sola persona. Credo sarebbe più efficace un portfolio esito di un lavoro collettivo ma è prima necessario far capire agli studenti l'importanza di abbracciare una visione di progetto condiviso, abbandonando l'esigenza di urlare la propria creatività individuale.

Secondo questa prospettiva, dunque, il portfolio dovrebbe diventare un motivo polifonico: l'autore rappresenta la melodia e viene sorretto da altre voci, da professionisti e collaboratori che rendono più complesso e articolato il progetto del singolo. Queste considerazioni riconducono necessariamente la riflessione sulle modalità didattiche attuali e future del design della moda; è fondamentale interrogarsi su come sia possibile formare singole identità, uniche e individuali, che sappiano collaborare e negoziare con altre identità. La scuola, infatti, è il territorio in cui gli studenti vengono spinti a esplorare la propria individualità, a scoprire la propria identità, a gestire in autonomia i progetti che compongono un percorso formativo; ma, contemporaneamente, cerca di fornire gli strumenti per diventare un professionista della moda, un sistema oggi sempre più dominato dalle collaborazioni, dal lavoro in team, da competenze diverse che devono dialogare e negoziare obiettivi e risultati.
La pluralità di testimonianze e riflessioni registrata in precedenza si è verificata anche rispetti ai processi coinvolti nella realizzazione del portfolio. Prima di tutto è stata confermata l'importanza di approcciarsi al portfolio osservando tutti i materiali realizzati in precedenza, riflettendo sui temi che li attraversano e selezionando quelli più efficaci per l'obiettivo che ci si pone.

Importante la distinzione emersa tra il lavoro intimo e senza filtri sul proprio archivio, identificabile con la definizione di working portfolio di Danielson e Abrutyn riportata nel primo capitolo, e il lavoro di editing che conduce a display portfolio sempre diversi, a seconda del destinatario.
Alcuni intervistati si sono dimostrati propensi a una sequenza cronologica dei progetti, a partire dal più recente per conquistare subito l'attenzione del destinatario e procedendo a ritroso, oppure iniziando dal primo lavoro sviluppato e mostrando l'evoluzione compiuta; altri invece preferiscono abbandonare la sequenza temporale per cercare un ritmo più efficace a mantenere elevata l'interesse di chi guarderà il portfolio.
Molti hanno evidenziato che la struttura del portfolio si evolve in parallelo all'identità del suo autore, rispondendo a nuove necessità e mettendo in luce gli aspetti più rilevanti che si vuole veicolare; a essere aggiornata non è solo l'impostazione complessiva del portfolio, ma gli stessi contenuti che molti confermano di modificare o rifare per allinearli alla visione attuale di sé.
Gli intervistati documentano ruoli molto diversi del portfolio all'interno del piano formativo universitario. L'Università Iuav di Venezia non dedica un corso specifico, così come l'EASD di Alcoi, ma lo affronta durante un insegnamento più ampio; vengono forniti alcuni esempi e indicazioni generali, ponendo l'attenzione al self-curating come capacità di mettere in mostra il sé in autonomia e libertà. Il Politecnico di Milano, invece, organizza un corso specifico sul portfolio al terzo anno del corso di laurea triennale dove viene sviluppata un'approfondita riflessione a livello grafico e una selezione dei contenuti in grado di mostrare le competenze acquisite; questa modalità da un lato consente agli studenti di essere guidati e seguiti ma, contemporaneamente, viene vissuta da alcuni come un limite alla scoperta della propria identità.
Infine ha trovato spazio una riflessione sul lavoro individuale e collettivo; è consolidata l'idea che il progettista oggi sia sempre più una figura di coordinamento, di collaborazione con altri progettisti e diverse professionalità. In alcuni casi i corsi universitari prevedono progetti individuali che incentivano la formazione di un'identità ma non sviluppano la capacità di operare in team; in altri casi i progetti vengono sviluppati in gruppo, abituando gli studenti alla negoziazione, ma rendendo quei lavori meno personali e più difficili da inserire nel portfolio.

## 3.6 Formati

Un aspetto ulteriore da considerare in questa analisi è la modalità con cui il portfolio viene presentato e, più in generale, come uno studente decide di raccontare i progetti e il proprio immaginario. La prima distinzione va operata, chiaramente, tra supporto cartaceo e digitale; la dimensione digitale, però, appare sempre più complessa e articolata, spingendo a riconsiderare l'idea stessa di portfolio. Il focus group, ad esempio, ha fatto emergere la necessità di includere nella ricerca forme di narrazione non considerate inizialmente, quali i social network e, più precisamente, le opportunità offerte da Instagram.



### 3.6.1 Cartaceo

Dal lavoro di ricerca sul campo emerge che molti studenti ritengono più efficace presentare il proprio portfolio in versione cartacea; come afferma S47, «la materialità è importante; le diverse tipologie di carta che puoi utilizzare aiutano a descrivere aspetti differenti». La versione stampata ha un suo respiro (S16), una sua sensibilità (S52), permette di lavorare meglio sui dettagli (S42), trasforma il portfolio in oggetto prezioso (S15). Secondo S14:

> Nella versione cartacea si può avvicinare lo sguardo, concentrarsi maggiormente su un'immagine rispetto alle altre; nel digitale lo sguardo è più rapido e superficiale, chiedendo di essere guidato nella lettura.

In particolare si registra un maggiore interesse per la versione cartacea da parte degli studenti del Politecnico di Milano perché raccontano di aver ragionato, durante il corso sul portfolio, sulle differenti tipologie di carta, sulle tecniche di stampa e di rilegatura aumentando il loro interesse verso questi aspetti e scoprendone le potenzialità. Anche S61 ritiene importante che il portfolio continui a essere presentato in versione cartacea, perché al colloquio è fondamentale mostrare disegni manuali e prove di lavorazione.
Ritengo che il supporto cartaceo aiuti lo studente a rendere materiale il proprio immaginario, a prendere consapevolezza della propria identità intrecciando con lo sguardo idee e sensazioni stampate su pagina, a toccare la propria storia e il percorso compiuto.

### 3.6.2 Digitale

Sul concetto di portfolio digitale emergono interpretazioni diverse tra gli intervistati; alcuni lo fanno coincidere con il file, in formato .pdf, elaborato per poi essere stampato, considerando quindi la versione digitale identica a quella cartacea, ma visualizzata sullo schermo invece di essere impressa su un supporto cartaceo.
Alcuni, invece, hanno sperimentato diverse modalità digitali con cui presentare il proprio lavoro. S15, ad esempio, considera il portfolio digitale «uno step intermedio che consente di avere in mano la versione materiale». Aggiunge di aver creato una pagina su Tumblr, piattaforma di microblogging e social network basata esclusivamente su contenuti visivi, dove ha cercato di sintetizzare il portfolio attraverso alcune immagini che insieme restituiscono il suo immaginario; si tratta di foto meno legate ai progetti, agli outfit realizzati, non descrivono il percorso progettuale, ma dipingono un mood complessivo. Anche S43 ha sviluppato una pagina sulla stessa piattaforma, che invia quando viene richiesto un portfolio digitale; ha inserito i lavori più significativi, che corrispondono a quelli realizzati nel periodo universitario, in quanto non le è possibile includere quelli attuali perché sono protetti da privacy aziendale. Dichiara che l'obiettivo della pagina su Tumblr:

> non è mostrare nel dettaglio le mie competenze o lo sviluppo dei vari progetti, ma descrivere il mio mondo attraverso un insieme di immagini; è un mood personale. Ho selezionato attentamente i materiali in modo da ottenere un panorama omogeneo con ciò che mi piace raccontare.

Dopo aver inviato il link della pagina e nel caso venga contattata per un colloquio, porta con sé alcuni portfolio singoli, uno per ogni progetto.
S41 considera il portfolio digitale più pratico perché può essere facilmente aggiornato e modificato; aggiunge di aver creato in passato un profilo su Behance, piattaforma online dove i professionisti creativi possono pubblicare i propri progetti, in seguito chiuso perché preferisce inviare il proprio lavoro a persone selezionate, evitando la dimensione pubblica; questo pensiero è condiviso da S07 riferendosi a un'altra piattaforma – Not Just A Label – in cui i giovani designer possono pubblicare i propri progetti. S18 sottolinea che risulta più difficile pubblicare online materiali che documentino fasi preliminari o intermedie di un progetto perché, avendo spesso una qualità estetica meno alta rispetto allo shooting finale, si preferisce non condividerle pubblicamente.
S38 ha sperimentato diverse forme di portfolio digitale, arrivando a creare un sito Internet:

> Ho provato in precedenza diverse piattaforme e siti destinati alla creazione del proprio portfolio online, ma ho sempre riscontrato alcuni limiti come, soprattutto, la sensazione che i progetti rimanessero sempre scollegati tra loro. Mi sono quindi orientata sull'apertura di un sito che mi consentisse di avere un portfolio digitale interattivo e in movimento; penso che sia più facile chiudere una finestra di Internet che un libro, quindi è fondamentale suscitare costante curiosità nel fruitore.

Anche S53 auspica di realizzare un portfolio digitale interattivo, più elastico e dinamico, che permette diversi gradi di approfondimento e velocità di lettura.
S21 si focalizza su un'altra modalità per raccontare un progetto: il fashion film. Viene sempre più utilizzato dai brand e anche lei ha deciso di utilizzare questo strumento efficace e dinamico per presentare i propri lavori; oltre allo shooting, quindi, ogni collezione è raccontata attraverso un breve video di circa 2 minuti che trasmette chiaramente l'immaginario e mostra gli esiti del progetto. Risulta però complicato inserirlo all'interno del portfolio: se nella versione digitale può essere visto attraverso un link da selezionare, questo non è immediato in quella stampata.
La riflessione si sposta, come anticipato, sul ruolo dei social network rispetto alla definizione e comunicazione di una propria identità. I profili Instagram, nello specifico, sembrano essersi trasformati sempre più in tavole di riferimento progettuali che descrivono visivamente l'identità dell'utente. È lecito interrogarsi, quindi, se Instagram si stia sostituendo al portfolio, se sia uno strumento aggiuntivo o se parlino linguaggi diversi.
S56 confessa di non aver mai riflettuto sulla possibilità che per la selezione di un candidato venga guardato anche il suo profilo Instagram; e aggiunge: «se fosse così, significa che Instagram rappresenta un modo per conoscere meglio la persona più che il progettista». Secondo questo punto di vista, dunque, vi è una complementarietà tra l'immagine dell'autore restituita dal portfolio, più focalizzato sulle competenze, e quella comunicata da un profilo di social network, orientato a raccontarne la dimensione personale. Anche secondo S39 Instagram è una piattaforma dove raccogliere contenuti, che non mostra le competenze ma il gusto dell'autore. S54 ritiene che il portfolio rimanga uno strumento più approfondito, perché oltre a raccontare un'estetica, al pari di un profilo social, dimostra il modo in cui le idee vengono sviluppate e condotte fino al risultato finale.
Uno degli aspetti che differenziano maggiormente il portfolio rispetto a Instagram riguarda il livello di intervento consentito all'autore: nel primo caso, lo studente deve progettare ogni aspetto della pagina, sia quello grafico (a partire dal formato fino al layout della pagina) che i contenuti da inserire; nel secondo si limita alla selezione delle immagini da pubblicare all'interno di una griglia definita e rigida (anche se si osservano alcuni esempi di alterazione attraverso l'uso di cornici, ritagli di immagine, frammentazione, ripetizione, pause con campiture colorate). Questa estrema libertà offerta dal portfolio valorizza l'identità del singolo ma richiede allo stesso tempo un progetto di sé molto maturo e consapevole, trasformandosi quindi in molti casi in un limite; Instagram, invece, può essere per uno studente uno strumento più agevole e rapido per raccontare se stessi.
S15 osserva una sovrapposizione tra questi strumenti: considera Instagram un racconto della parte creativa privata, il portfolio di quella pubblica. Anche S17 li vede più integrati e pensa al suo profilo come a un portfolio personale, che racconta se stessa e la propria identità; per questo dice di essere molto attenta a cosa pubblica, perché sa di essere giudicata anche come designer. Per il momento li mantiene separati ma crede che potranno presto intrecciarsi in modo ancora più significativo, fino a coincidere.
Un altro punto di vista non considera Instagram un luogo in cui raccontare la propria identità, bensì uno spazio di ricerca progettuale, dove individuare brand e progetti interessanti (S50). Anche S60 afferma di utilizzare Instagram per ricercare nuovi designer interessanti, ma lo considera solo un primo passo a cui è necessario far seguire una visione più approfondita del lavoro attraverso il portfolio.
S43 dichiara che Instagram rappresenta la propria storia e si configura come un'estensione della pagina che ha realizzato su Tumblr: il primo è più privato, il secondo maggiormente legato agli aspetti professionali.
S41 attribuisce a Instagram un importante valore comunicativo:

> Sul mio profilo di Instagram compaiono temi ricorrenti con cui esprimo la mia estetica e gli interessi verso alcuni argomenti; ci sono molti elementi comuni al mio portfolio, sia da un punto di vista grafico che di contenuti. Entrambi raccontano quello che sei. Entrambi sono personali.

Al contrario di altre opinioni, S41 considera Instagram uno spazio pubblico mentre il portfolio rappresenta un luogo più privato in cui raccogliere «il lavoro, le idee e gli sforzi compiuti». Anche S45 considera il social network un territorio pubblico ma, essendo anche incontrollato, preferisce non trasformarlo in uno strumento lavorativo.
S20 è molto interessato ai feedback che riceve su Instagram perché diventano stimolo per sviluppare i progetti successivi; considera invece il portfolio uno strumento statico, che non consente di avere immediata risposta dall'esterno. I social network sono, dal suo punto di vista, una tabula rasa dove generare contenuti, modificarli, sperimentare; è un laboratorio di idee che possono poi essere sedimentate sul portfolio. Compare qui in modo evidente

la centralità dell'identità in rete sviluppata attraverso Instagram.
Sicura del ruolo primario ricoperto oggi da Instagram per un creativo è S16 che dice:

> Il vero portfolio oggi è su Instagram. Mostra la tua visione mentre il portfolio tradizionale mostra come si lavora. È un pannello dove accostare elementi e innescare un dialogo. [...] È molto più potente rispetto al portfolio nel raccontare se stessi, molto più personale; racconta chi sei attraverso gli elementi che ti attirano e di cui ti appropri con una foto.

S40 esprime un punto di vista diverso, condizionato dalla sua esperienza lavorativa. Durante il periodo universitario pubblicava su Instagram immagini relative ai progetti perché li sentiva propri, parte di sé, risposte a un'urgenza. Ora invece i progetti lavorativi non lo rappresentano più e, quindi, il portfolio si sta sempre più distaccando dall'immagine di sé veicolata dai profili sui social network.
In realtà, secondo S58, sarebbe raccomandabile che uno studente veicolasse più informazioni possibili di sé con ogni strumento; ponendosi nei panni di un'azienda, si chiede:

> Come è possibile affidarsi solo al portfolio per scegliere un candidato? A volte è necessario considerarlo nella sua interezza, anche come persona e come maturità; nelle posizioni junior conta poco l'estetica del neolaureato, molto di più l'atteggiamento personale e la determinazione.

Alcuni studenti si sono confrontati con i docenti rispetto al ruolo di Instagram. A S51, ad esempio, è stato suggerito di mantenere un profilo personale, dove continuare a pubblicare foto della sua vita, e crearne uno professionale dove mostrare la sua identità attraverso le immagini dei progetti. La studentessa dichiara di concordare con questo approccio, perché i suoi progetti sono diversi da lei, non si sente rappresentata; tuttavia è convinta che un'azienda sarebbe interessata a vedere sia il profilo professionale che quello privato.
Una sintesi interessante compare nelle parole di S48, che racconta di aver realizzato un sito sulla piattaforma WordPress durante un workshop sulla moda sostenibile, in cui ha inserito immagini di mood e shooting. Dichiara:

> Sento che questo sito rappresenti maggiormente la mia personalità perché documenta in anteprima i miei progetti, come un profilo di social network. Nel mio caso, il sito e il profilo Instagram vivono in parallelo e spesso fornisco i due link invece di inviare il portfolio. Credo tuttavia che sia necessaria anche la presenza di quest'ultimo, perché racconta il processo progettuale che è molto richiesto dalle aziende.

Infine va segnalata l'esperienza di S61, responsabile del progetto Lagente Green, che si occupa di sviluppare insieme agli studenti selezionati gli strumenti adeguati per intraprendere un percorso professionale: curriculum, portfolio stampato e un estratto digitale, senza però intervenire sui social network. S61 dichiara di essersi interrogata sulla necessità di sviluppare un lavoro anche su questo fronte, dato che oggi Instagram è uno spazio pubblico nel quale l'autore si racconta e che quasi sempre viene guardato durante la valutazione di un candidato; tuttavia è stato deciso di non gestire questo aspetto perché molto complesso, in quanto intreccia dimensione pubblica e privata, creativa e personale.
Credo però sia importante chiedersi se in un lavoro creativo queste dimensioni possano essere considerate separatamente, se l'espressione dell'identità di un progettista possa prescindere dal capitale culturale in cui è immerso quotidianamente, se possa esistere un profilo professionale più progettato e uno personale più libero, o siano alla fine entrambi controllati allo stesso modo.
Ritengo fondamentale chiudere questa esplorazione con le parole di S60:

> Instagram è un bel riflesso di sé in quanto progettisti, non di sé come persone perché è sempre frutto di un'operazione controllata e pianificata.

Questa considerazione riassume la complessità dei diversi supporti sui quali oggi uno studente e, in generale, un progettista possono definire e narrare la propria identità; pone l'accento su temi che percorrono tutta l'indagine, investendo l'idea di portfolio e sottolineando la necessità di questa ricerca, anche grazie all'affondo sulle questioni legate all'identità in rete.
La riflessione sui diversi formati del portfolio, infatti, non si può limitare solo alla distinzione tra il manufatto stampato su carta e il file digitale inviato online; va soprattutto a indebolire la distinzione tra immagine pubblica e privata del singolo, tra il suo essere persona e professionista, studente e progettista di moda.
Sarebbe un limite considerare il portfolio "tradizionale" uno strumento privato di comunicazione di competenze professionali e il profilo Instagram un luogo pubblico in cui raccontare la propria vita personale. Tutto appare molto più confuso, ibrido, continuo; anche le azioni in apparenza più libere e istintive sono frutto di operazioni controllate e pianificate, come dice S60; la narrazione della propria identità è, in realtà, l'esito di un progetto sul sé, un percorso di autoconsapevolezza agevolato anche dal portfolio, che nel portfolio stesso – considerato in tutte le sue forme – trova il luogo in cui essere raccontato.

## Conclusioni

In questo capitolo sono state documentate e analizzate le riflessioni emerse durante focus group e interviste.
Il primo aspetto indagato riguarda la ricerca di una definizione di portfolio. Come già avvenuto durante il confronto con la letteratura esistente, non è stato possibile giungere a una definizione univoca e condivisa, poiché ciascuno dei soggetti ha attribuito un proprio significato, influenzato dal percorso formativo compiuto e dagli obiettivi individuati. Alcuni hanno definito il portfolio un biglietto da visita, un passaporto, una carta d'identità che comunica competenze e attitudini progettuali agli interlocutori; in questo caso l'attenzione si concentra sul destinatario e il portfolio va strutturato di conseguenza, elaborando una narrazione che può essere vera o inventata. Atri soggetti considerano il portfolio un'opportunità formativa, l'occasione per definire una propria identità attraverso l'osservazione simultanea dei

diversi progetti realizzati durante il proprio percorso formativo. In questo caso l'attenzione è rivolta a se stessi, nel tentativo di delineare una narrazione visiva che consenta di conoscersi, scoprirsi e definirsi; il portfolio diventa anche una guida per lo sviluppo futuro, condizionando i progetti da realizzare in base ai punti di forza e alle fragilità riscontrate. Molti soggetti hanno sottolineato che il portfolio rappresenta un punto di incontro tra dimensione materiale e questioni immateriali. Viene descritto come prodotto di design – una sequenza di pagine che contengono disegni, tessuti, dettagli, testi e fotografie – che veicola l'immaginario dell'autore, i suoi riferimenti, le sue esperienze, attitudini e ossessioni.
Il tempo rappresenta un aspetto centrale. L'autore, infatti, è costretto ad analizzare nel suo presente i progetti passati, osservandoli con maggiore distacco e individuando approcci trasversali, ricomponendoli a posteriori e definendo possibili traiettorie da sviluppare. Dal confronto con gli intervistati emerge chiaramente che attraverso il portfolio la percezione di sé muta ed evolve; i cambiamenti si verificano sia durante il percorso formativo sia nel passaggio all'ambito professionale. All'inizio lo studente risulta essere molto concentrato sul sé, sulla scoperta delle proprie potenzialità anche attraverso il portfolio; lentamente questi aspetti si consolidano, si rafforzano e – in parte – si stabilizzano, trasformando il portfolio in uno strumento per convincere gli altri, per veicolare le proprie competenze e raggiungere la posizione professionale ambita.
Focus group e interviste hanno evidenziato il complesso rapporto tra portfolio e identità dello studente. Per alcuni l'identità è fissa e stabile, per altri in costante evoluzione; per alcuni si svela grazie al portfolio, per altri è già evidente nei singoli progetti; per alcuni va comunicata in modo diverso a seconda dell'interlocutore, per altri deve rimanere la stessa. Molti soggetti sottolineano, inoltre, che attraverso il portfolio non emerge solo l'identità del suo autore, ma anche della scuola in cui si sta formando; dal lavoro del singolo, quindi, emergono le tracce del lavoro collettivo, l'identità del contesto.
Dal lavoro di ricerca sul campo si è definito un altro aspetto centrale: il portfolio è uno strumento attraverso cui entrare in relazione con gli altri, assumendo i tratti dell'identità sociale definita nel primo capitolo. Il portfolio consente allo studente di entrare in contatto con studenti, docenti, concorsi, giornalisti e aziende, ma costringe l'autore a mettersi in relazione anche con se stesso, scoprendo o inventando la propria identità. La relazione tra autore e destinatario, secondo molti intervistati, modifica profondamente il portfolio poiché ogni interlocutore osserva e giudica il portfolio da una diversa prospettiva, richiedendo così una differente impostazione dell'elaborato presentato; altri però ritengono che questo non debba mutare, ma rispondere unicamente al modo in cui l'autore vuole raccontarsi all'esterno. Di conseguenza emerge l'interrogativo su quanto l'autore debba inventare la propria identità per avvicinarsi alle aspettative del destinatario o quanto sia importante rimanere autentici.
L'indagine su quali aspetti del progetto di moda includere nel portfolio e il loro peso all'interno dello storytelling complessivo ha confermato l'ampia varietà di opinioni. Alcuni intervistati privilegiano le fasi iniziali di ricerca progettuale, altri quelle conclusive, altri ancora gli aspetti più tecnici del progetto. Questo conferma l'impossibilità di giungere a un modello universale e condiviso di portfolio, perché dipende dall'obiettivo con cui viene realizzato, il momento formativo in cui è progettato, il contesto e i destinatari.
Gli intervistati hanno inoltre sottolineato come il portfolio non sia solo un progetto grafico in cui collocare immagini prodotte e archiviate, ma spesso è necessaria un'azione di post-produzione, per rendere i materiali più allineati all'identità che si vuole comunicare. Nei progetti di moda sviluppati in gruppo, inoltre, la post-produzione consente al singolo di personalizzare tutti i materiali, rendendoli propri. Ne è quindi derivata una riflessione sul rapporto tra singolo e collettività, tra autorialità e capacità di lavorare in gruppo, tra identità dello studente e identità della scuola.
Il confronto con studenti, laureati e professionisti si è inoltre soffermato sul processo di realizzazione del portfolio, che molti suggeriscono di sviluppare a partire dalla visione simultanea dei materiali e dei diversi progetti, per individuare temi trasversali da mettere in evidenza. Alcuni studenti hanno dichiarato di adottare un ordine cronologico, a volte iniziando dal progetto meno recente per documentare il percorso compiuto, altre aprendo con l'ultimo realizzato che dovrebbe essere quello più maturo; altri vorrebbero unire i diversi progetti creando un racconto unico. Alcuni intervistati hanno invece affermato di suddividere l'azione sul portfolio in due momenti: uno riguarda l'archivio, che va ordinato e catalogato, l'altro consiste nella selezione di elementi archiviati per comporre di volta in volta un nuovo portfolio pensato per lo specifico destinatario.
Un ultimo tema affrontato nel corso di interviste e focus group è relativo ai diversi formati del portfolio; la versione cartacea è considerata più efficace per trasmettere una maggiore materialità e caratterizzare l'elaborato in modo più personale; il digitale è una modalità che consente una maggiore sperimentazione e permette di includere diverse modalità di narrazione di sé e dei progetti, tra cui video e fashion film. Rispetto al formato digitale, la riflessione si è estesa ai social network e, in particolare, Instagram, che molti intervistati confermano essere una forma contemporanea di portfolio, una modalità attraverso cui narrare la propria identità.

# 4 SULLE IMMAGINI

Come già evidenziato nei capitoli precedenti, il design della moda lavora contemporaneamente sulla dimensione materiale e su quella immateriale;[1] non è possibile indagare un aspetto senza considerare l'altro. Se il focus group e le interviste hanno consentito di sviluppare una riflessione più orientata sulle questioni immateriali, i workshop sono stati pensati per osservare in modo ravvicinato anche la materialità del portfolio e il suo processo di realizzazione, stimolato attraverso le attività di ricerca sul campo. In questo capitolo e in quello successivo sono presentati i risultati dei workshop, di cui vengono analizzati due aspetti: qui viene sviluppata l'analisi visiva dei materiali presentati dagli studenti durante le diverse fasi delle attività; nel prossimo capitolo si rifletterà sulle esperienze didattiche che hanno condotto i gruppi di lavoro alla realizzazione degli elaborati finali, evidenziando le risposte degli studenti agli input forniti e verificando i temi delineati dall'inquadramento teorico.
È opportuno precisare che l'analisi di questi elaborati non entra nel merito della qualità dei singoli progetti, ma si focalizza esclusivamente sulle azioni compiute, sul processo osservato, sull'espressione dell'identità dell'autore all'interno del portfolio. Viene analizzato l'atteggiamento messo in atto durante la realizzazione, la relazione tra i progetti, la capacità di delineare una narrazione attraverso i materiali elaborati in precedenza dallo studente, a prescindere dalle abilità progettuali espresse.

## 4.1 Atlas

La riflessione sui workshop condotti durante l'attività di ricerca sul campo si concentra innanzitutto sull'osservazione e l'analisi degli elaborati presentati dagli studenti. Si è deciso di raccogliere e presentare i materiali attraverso tre ATLAS, un evidente riferimento concettuale e visivo ad Aby Warburg e Gerhard Richter. Questi rispondono alla necessità di documentare visivamente e analiticamente i materiali prodotti dagli studenti durante i workshop, sia nella loro versione più editata dei portfolio iniziale e finale che negli step intermedi del lavoro in aula.
Il portfolio presentato da ogni studente all'inizio del workshop SELF viene esploso in doppie pagine, disposte in sequenza all'interno di una griglia ordinata che permette di vedere istantaneamente l'intero elaborato realizzato; la stessa modalità è stata adottata per il portfolio conclusivo del workshop SELF e del workshop ALIUS. Questa modalità riprende l'impaginazione utilizzata per l'edizione degli Atlas di Richter, dove le immagini sono disposte con ordine e rigore sulla doppia pagina per agevolare una lettura simultanea del materiale visivo.[2]
I tavoli di lavoro realizzati dagli studenti durante i workshop, invece, riprendono più direttamente *Mnemosyne*, l'atlante figurativo di Aby Warburg realizzato attraverso montaggi fotografici e accostamenti di frammenti visivi;[3]

[1] G. Riello, *Per una storia della moda*, cit., pp. 71-79.
[2] G. Richter, *Atlas*, Walther König, Colonia 2015.
[3] A. Warburg, *Mnemosyne: l'atlante delle immagini*, Aragno, Torino 2002.

in questo modo è stato possibile documentare gli step intermedi dell'attività, durante i quali immagini di diversi formati sono accostate in gruppi per affinità formale o tematica.
Nei tre Atlas la presenza sulla pagina dei testi di analisi riprende quella dell'edizione di Richter, in cui il testo assume la stessa valenza visiva delle immagini, disponendosi all'interno di una griglia che replica la pagina accanto. La presentazione dei materiali visivi sulla doppia pagina consente di leggere rapidamente le associazioni compiute più o meno consciamente dagli studenti, l'equilibrio tra i diversi materiali, la sequenza sviluppata, i temi caratterizzanti ogni lavoro.[4]
Il primo ATLAS è dedicato ai profili Instagram dei 15 studenti partecipanti al workshop SELF; il social network può essere pienamente considerato una tipologia contemporanea di portfolio, una modalità con cui un progettista può efficacemente raccontarsi, descrivere il proprio immaginario e il lavoro prodotto nel tempo. Il 19 agosto 2018 ho realizzato tre screenshot del profilo di ogni autore, in modo da documentare gli ultimi 30 post pubblicati, sviluppando un'analisi sulle modalità con cui ciascuno utilizza il social network, l'immaginario che viene delineato e i punti di tangenza rispetto al portfolio tradizionale. Nonostante vengano presentati solo i post pubblicati più recentemente, l'analisi si estende all'intero profilo dello studente.
L'ATLAS del Workshop SELF analizza individualmente i materiali prodotti dai 15 studenti nel corso dei tre incontri. La prima doppia pagina documenta il portfolio presentato dallo studente all'inizio del lavoro in aula, testimoniando il modo in cui è stato considerato e realizzato il portfolio fino al quel momento. Nella pagina successiva compaiono le foto dei tre tavoli composti dagli studenti durante il secondo incontro: la prima presenta la selezione di immagini effettuata da ogni autore per descrivere la propria attitudine progettuale, la seconda le immagini selezionate dagli altri quattro partecipanti al workshop e la terza la selezione conclusiva; sulla stessa pagina vengono riportate le parole chiave individuate dall'autore dopo la prima selezione di immagini, quelle scritte dagli altri quattro studenti e infine l'elenco conclusivo. Nell'ultima doppia pagina compare il portfolio realizzato successivamente e presentato durante il terzo incontro. Per ogni studente è stato inserito un testo che analizza i singoli elaborati prodotti durante l'attività in aula e individua le evoluzioni compiute, anche grazie all'azione del contesto.
Il terzo atlante è dedicato al workshop ALIUS e documenta l'azione svolta dai due gruppi di lavoro, all'Università Iuav di Venezia e al Politecnico di Milano, per l'invenzione dell'identità di un ipotetico studente della stessa università e la realizzazione di un portfolio che sia in grado di raccontarla. La prima doppia pagina presenta un estratto del portfolio di ciascuno dei quattro studenti coinvolti nel workshop, per delineare brevemente il singolo approccio al progetto e l'estetica che emerge. Successivamente viene descritta la discussione e negoziazione del gruppo che porta a inventare un'identità e

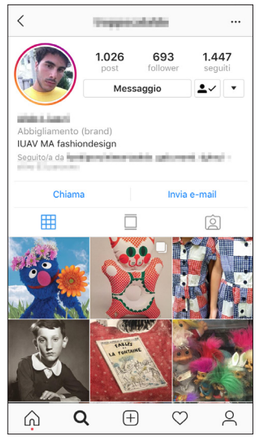
[4] Il valore della doppia pagina nella moda è associato ad Anna Piaggi e alla rubrica da lei curata su Vogue Italia dal 1988 al 2012. A questo proposito si veda: A. Piaggi, *Doppie pagine di Anna Piaggi. Fashion Algebra*, Leonardo, Milano 1998. J. Clark, *Doppie Pagine: Not Spelling It Out*, in «Fashion Theory», 10(1-2), 2006, pp. 259-277. J. Clark, *Anna Piaggi, Aby Warburg and the Judgement of Paris, 2011*, in «Philosophy of Photography», 8(1-2), 2017, pp. 141-149.

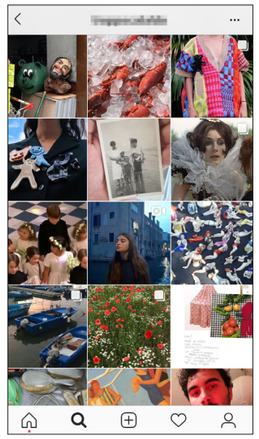


dettagliarla in modo accurato; a questa si affiancano le foto dei tavoli su cui vengono disposte le immagini selezionate per tradurre la narrazione verbale in portfolio. Le doppie pagine successive presentano il portfolio realizzato successivamente dal gruppo e presentato durante il secondo e ultimo incontro del workshop.
Negli ATLAS dei due workshop, l'analisi visiva dei portfolio si è concentrata sullo spazio dedicato alle diverse tipologie di materiale che compongono un progetto di moda (immagini di ricerca, bozzetti, testi, disegni tecnici, studio di dettagli, scelta dei tessuti, prove di lavorazione, foto degli esiti realizzati), sulla relazione tra i diversi progetti, i possibili collegamenti attivati tra le immagini, le modalità con cui ogni studente ha strutturato il proprio storytelling, quanto abbia cercato di focalizzarsi sulla propria identità e quanto sulle competenze acquisite, a quale possibile destinatario possa essersi rivolto.

## 4.2 ATLAS / Instagram

S14



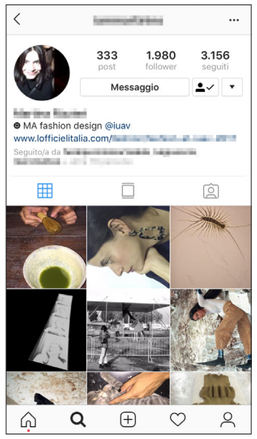



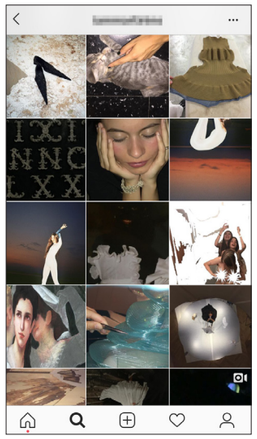


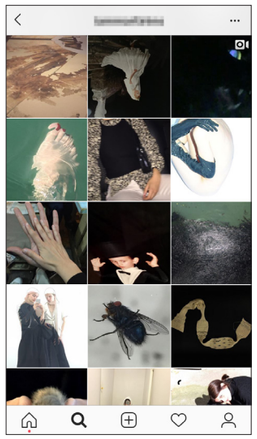
Lo pseudonimo con cui è denominato il profilo gioca con il nome dello studente, che viene riportato integralmente tra le informazioni, insieme all'università di appartenenza e la tipologia di profilo (brand di abbigliamento); non si tratta in realtà di un profilo aziendale, ma uno spazio in cui lo studente mostra se stesso, gli amici, i luoghi e i ricordi della famiglia. Emerge anche un aspetto collezionistico, attraverso la raccolta compulsiva di immagini che vanno a comporre un moodboard, un archivio di oggetti e fotografie che ↵

definiscono un gusto preciso, integrato con poche e selezionate immagini di progetti realizzati. L'idea complessiva che emerge è di una raccolta, una collezione, un moodboard costituito da riferimenti trovati apparentemente per caso e fissati sul profilo, contribuendo a raccontare la propria estetica: un certo gusto per il carnevale degli anni '50, i colori di vecchi film, i giocattoli e il carattere ironico di certi teatranti.

S15



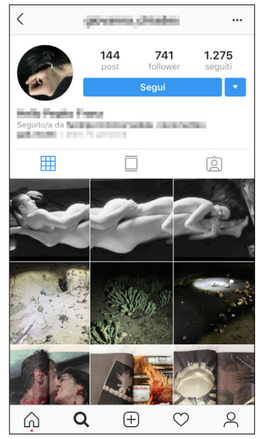



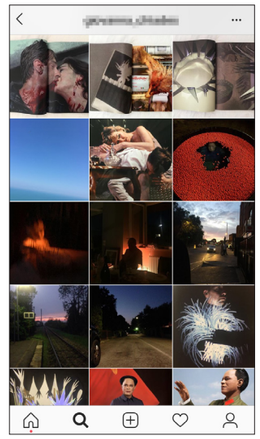


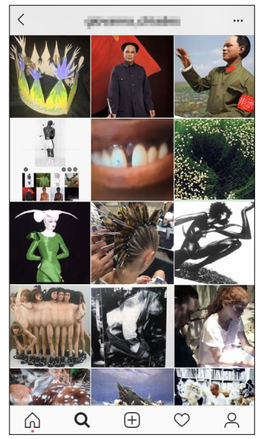
Il profilo è denominato con uno pseudonimo, mentre nelle informazioni compare il nome proprio, oltre all'università di appartenenza e il link a un articolo sul graduation show durante il quale ha sfilato. C'è un mix tra foto private, selfie, immagini che descrivono il proprio immaginario, documentazione del processo progettuale e shooting fotografici di esiti progettuali. Queste immagini vengo trattate allo stesso modo, uniformando i materiali prodotti da altri con quelli dell'autore, attraverso interventi di post-produzione, ↵

quali tagli e zoom dell'oggetto, che lo rendono astratto, deformato e dall'aspetto estraniante.

S16



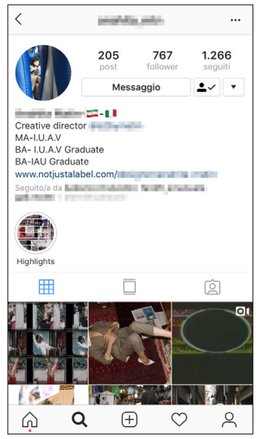



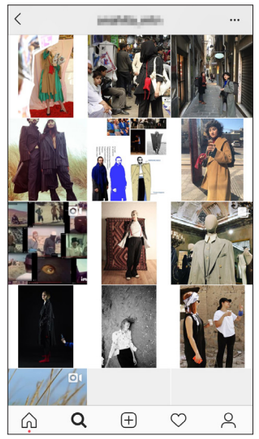


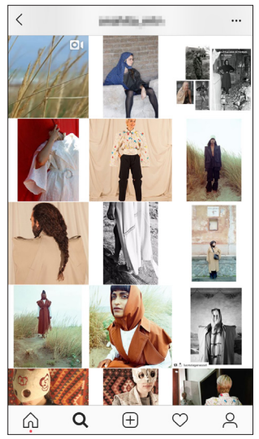
Il profilo è denominato con il nome della studentessa e tra le informazioni compare uno pseudonimo; non sono presenti immagini di progetti realizzati, ad eccezione di foto scattate direttamente al portfolio cartaceo che contribuiscono a precisare il gusto progettuale. Le altre immagini sono astratte e organiche, ritraggono installazioni artistiche, sculture, animali e corpi; non è presente alcuna foto che ritrae la studentessa. Il profilo è concepito come raccolta di immagini che delineano un immaginario progettuale, ↵

un moodboard esteso che delinea riferimenti creativi e interessi estetici.

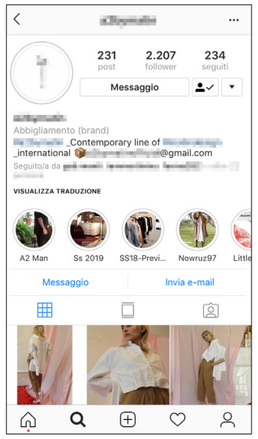
PERSONALE

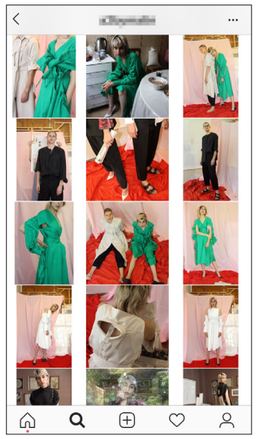




BRAND





Ci sono due profili, uno personale e uno aziendale. Nel primo caso, denominato con il nome proprio, il profilo viene usato come un diario nel quale si intrecciano immagini di propri progetti, shooting fotografici e pagine del portfolio dell'autrice; oltre a questi materiali, compaiono selfie, foto del Paese di origine (Iran) e di luoghi visitati insieme a colleghi, amici e familiari. Il profilo dedica complessivamente più spazio all'immagine dell'autrice in quanto designer.
Oltre a questo, esiste un profilo esclusivamente dedicato ↵ al brand fondato dalla studentessa insieme alla sorella, rispondendo quindi all'esigenza di avere uno spazio comune tra le due in cui concentrarsi esclusivamente sui prodotti realizzati.
L'estetica di entrambi i profili è molto precisa e ricorda il portfolio, sia nella tipologia di immagini presenti che nel mood colore complessivo; il profilo aziendale è trattato come un lookbook, documentando i capi realizzati, quello personale può invece essere considerato un moodboard, che evidenzia le origini della ↵ studentessa, elemento caratterizzante i progetti sviluppati e lo stesso portfolio.

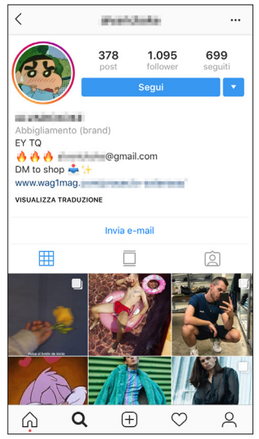




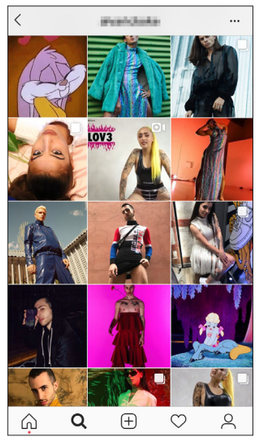



Il profilo è privato e non sono presenti post; la pagina è denominata con uno pseudonimo e nell'immagine profilo compare il volto della studentessa. Il profilo è stato probabilmente creato in occasione del graduation show della scuola, poiché veniva richiesto come informazione da inserire nella pubblicazione di fine anno. In realtà sembra usato esclusivamente per seguire conoscenti e amici, senza alcuna volontà di mostrare se stessa e il proprio lavoro.

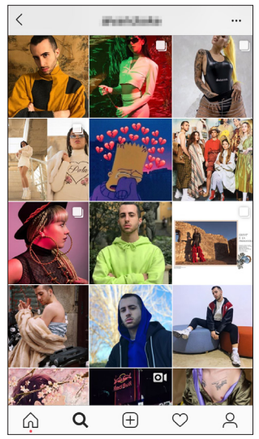
S19



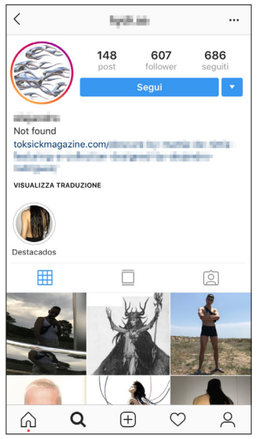

Non compare il nome dello studente, ma solo lo pseudonimo; tra le informazioni compare la tipologia di profilo (Abbigliamento-brand), l'e-mail di riferimento e il link a un articolo nel quale viene presentata l'ultima collezione. Sul profilo sono presenti foto e selfie dello studente, caratterizzate da un'estetica unitaria e in linea con i progetti di moda; oltre a queste sono presenti immagini di shooting e dettagli che contribuiscono a delineare l'immaginario dello studente: un'estetica gender fluid affiancata a streetwear, ↵

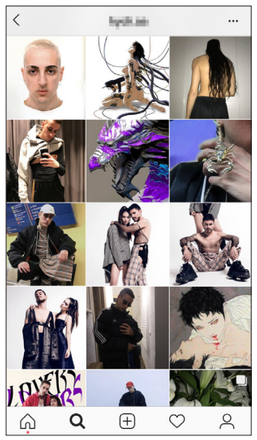


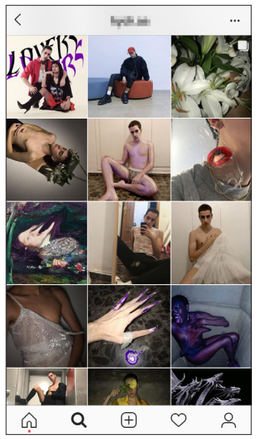
cartoni animati e colori sgargianti. Il profilo è una rappresentazione molto chiara e precisa del gusto progettuale dell'autore, senza divagazioni sul contesto di appartenenza o su altri riferimenti non inerenti.



S20

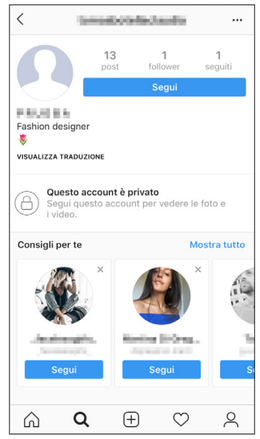




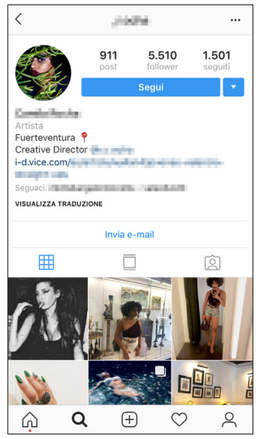
Il profilo è denominato con uno pseudonimo e tra le informazioni non compare il cognome dello studente; è presente il link di un articolo online che presenta l'ultima collezione sviluppata. Instagram viene utilizzato per raccontare i progetti di moda realizzati e la propria estetica, spesso indossando in prima persona i capi. Molte immagini pubblicate sul social network sono presenti anche all'interno del portfolio; si tratta spesso di elaborazioni digitali che amplificano il segno estetico e l'immaginario comunicato.

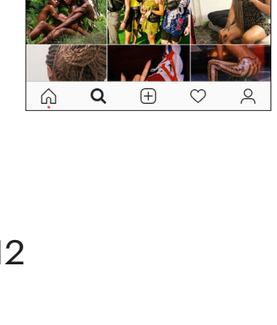
S22

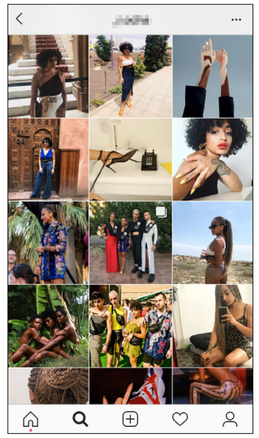



Il profilo è privato, con solo tredici post, un follower e un profilo seguito. Questo profilo appare inutilizzato, per la mancanza di foto profilo e per l'assenza di una rete di contatti. Forse si è trattato di un tentativo di creare un profilo pubblico, che si deduce dalla specifica «fashion designer» rimasta all'interno delle informazioni, sospeso poi per mancanza di interesse o di seguito.

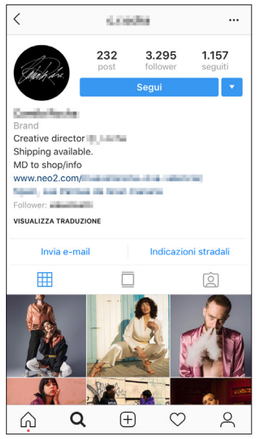
PERSONALE

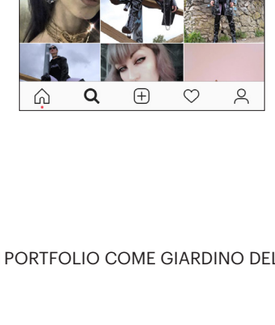


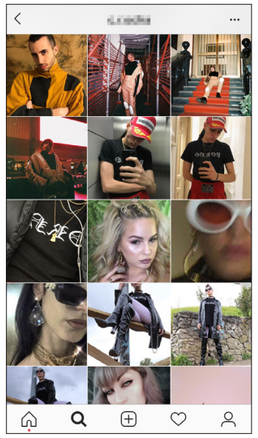





BRAND



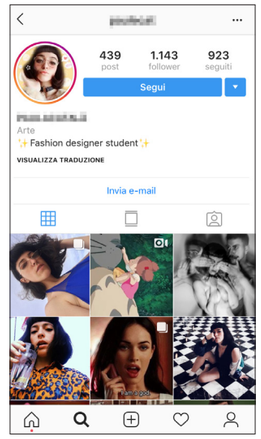



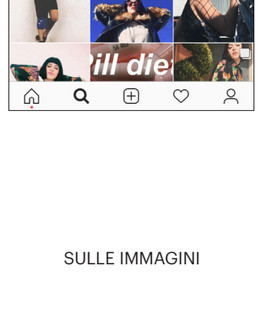


Sono presenti due profili, uno personale e uno aziendale, entrambi con pseudonimi; tra le informazioni compare il nome completo. I due profili sono molto seguiti (quello personale supera i 3000 follower, quello personale i 5500).
Il profilo aziendale fa riferimento a quello personale, indicandolo nel ruolo di direttore creativo del brand; sono presenti informazioni sulla vendita e contiene solo immagini di shooting dei progetti.
Nel profilo personale la studentessa si definisce artista, veicolando uno spiccato senso narcisistico con foto e selfie – spesso da sola ma anche con amici e colleghi – intervallati da alcune immagini di mood. I due profili sviluppano due aspetti molto diversi di uno stesso immaginario: quello personale è uno specchio nel quale la studentessa si riflette in prima persona, un diario di se stessa, del suo corpo e del suo volto; il profilo del brand, invece, è l'immagine dell'artista filtrata attraverso i servizi fotografici dei progetti realizzati.



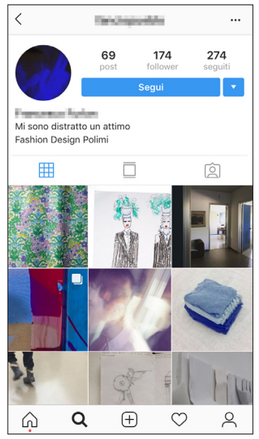




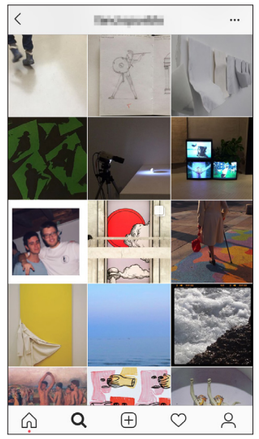



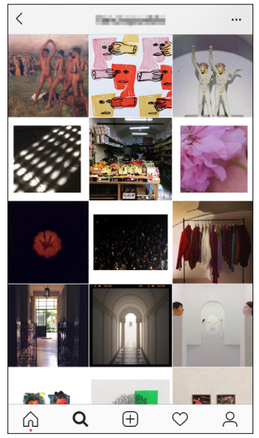



Il profilo è denominato con uno pseudonimo e tra le informazioni compare il nome completo, accompagnato dalla dicitura «Arte» e «Fashion designer student». Il profilo è caratterizzato da numerose foto del volto e del corpo della studentessa, mescolate a possibili sosia/muse e immagini di shooting dei propri lavori. L'attenzione esclusiva al corpo femminile, ritratto intero o a mezzobusto, è interrotta solo raramente da altre immagini di riferimento.

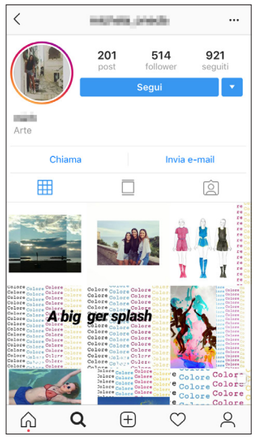



Il profilo è denominato con uno pseudonimo e nelle informazioni compare il nome proprio e l'università di appartenenza. È strutturato come un moodboard costituito da immagini di opere d'arte, installazioni, luoghi, persone, bozzetti e texture da cui esce una propensione per le increspature dei materiali, le loro caratteristiche tattili e un gusto per la museificazione riconducibile al White Cube, dove uno spazio neutro fa risaltare l'oggetto quotidiano come in un museo.



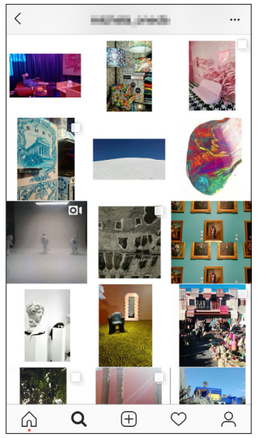






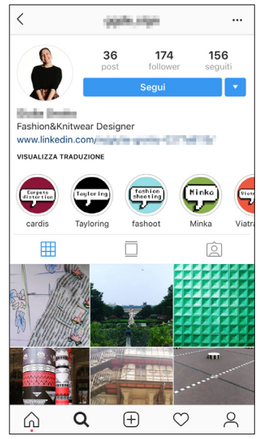

La studentessa si presenta con il proprio nome e, tra le informazioni, definisce il proprio lavoro come arte. Molte immagini coincidono con le pagine del portfolio, a cui si aggiungono foto di luoghi e oggetti d'arte, che rafforzano l'estetica complessiva del profilo, caratterizzato da colori molto intensi. Sono quasi assenti foto della studentessa e il risultato è un moodboard amplificato.



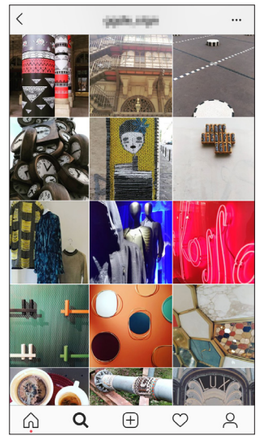






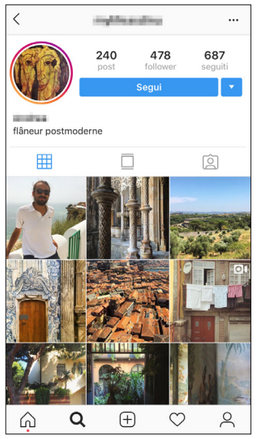



La studentessa si presenta con uno pseudonimo, ma nelle informazioni riporta il suo nome completo; si definisce «Fashion&Knitwear Designer» e inserisce il link al proprio profilo di Linkedin. L'aspetto complessivo è un ibrido tra viaggi e moda, con foto di luoghi visitati, mostre di moda e sperimentazioni di maglieria.
Tutti i materiali relativi ai propri progetti sono invece pubblicati temporaneamente come stories e salvati poi in categorie che riuniscono video e foto di shooting, lavorazioni di maglieria e immagini di

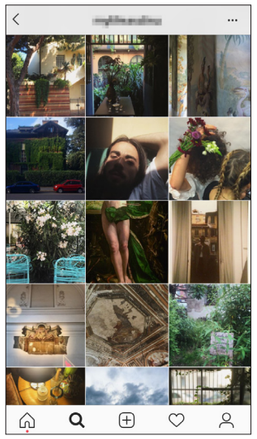


moodboard. L'intento sembra quello di fissare sul profilo un'immagine estetica costruita attraverso luoghi visitati e mostre di moda significative, spingendo poi l'osservatore a scoprire i progetti realizzati all'interno delle categorie di stories create.

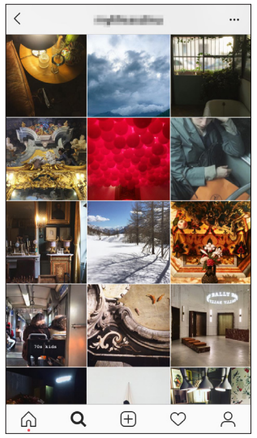





Il profilo è denominato con uno pseudonimo e tra le informazioni non compare il cognome dello studente; come allude la definizione di sé indicata dall'autore, «flâneur postmoderne», si ha l'impressione che il profilo appartenga a un InstaTraveller, con foto di luoghi visitati, paesaggi, architetture d'interni e immagini personali in pose da relax.
Non c'è alcun riferimento alla moda né un tentativo di mostrare i propri lavori, ma semplicemente una mappatura di ciò che lo sguardo ha catturato e che vuole imprimere ↵

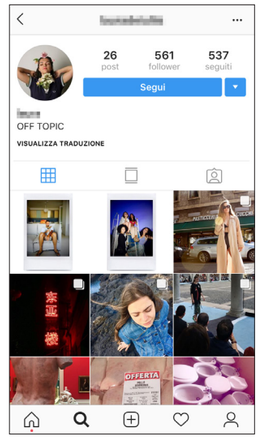


nella memoria; come un flâneur che passeggia per combattere la noia e trovare ispirazione.

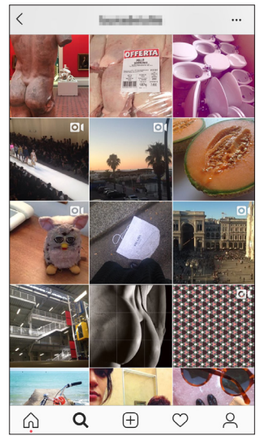


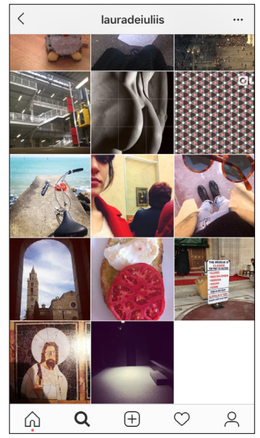







Il profilo è denominato con il nome proprio della studentessa; appare come un diario usato con parsimonia nel tempo attraverso la pubblicazione di immagini varie che documentano i riferimenti estetici dell'autrice: compaiono foto della studentessa, da sola o con amici, oggetti quotidiani, libri, animali. Emerge un moodboard esteso del quale fa parte l'immagine stessa dell'autrice.

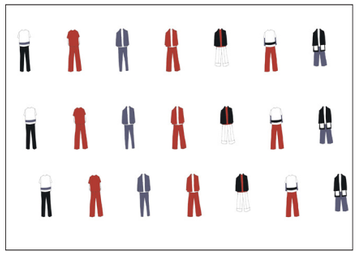


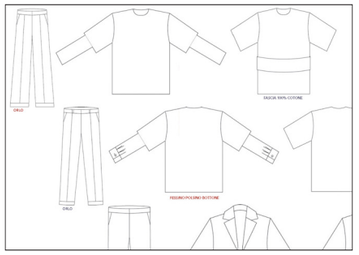



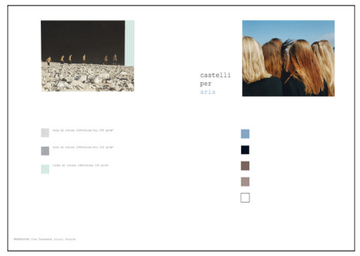
## 4.3 ATLAS / Workshop SELF

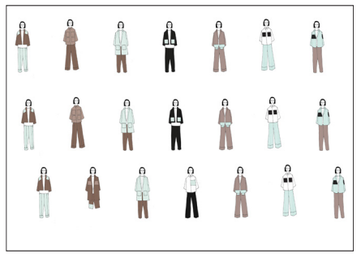

FOTO
7s








castelli
per
aria



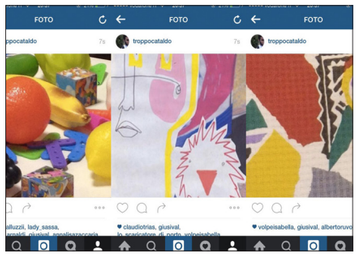
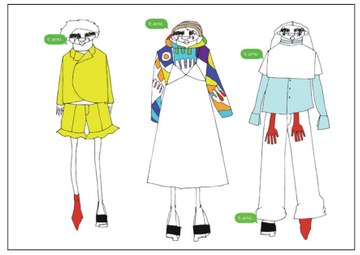

FOTO
troppocataldo
7s
troppocataldo
FOTO
troppocataldo
7s
FOTO
claudiotrias, giusival.
volpeisabella, giusival, albertoruvo

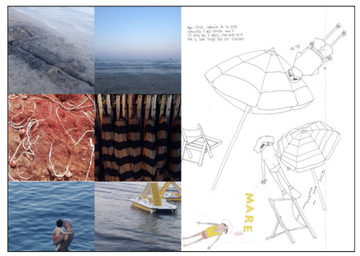

FOTO
troppocataldo
18s
Rullino foto 6.599 di 6.601
Modifica
FOTO
troppocataldo
giusival, chrishassig, volpeisabella,
Piace a 13 persone

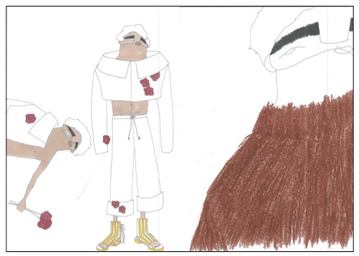







PRYNTYL


MARE






+2

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio si sviluppa in una trentina di pagine che raccontano quattro progetti realizzati durante il corso di laurea triennale, ordinati in ordine cronologico a partire dal meno recente; la copertina appare come un post di Instagram, con il nome dello studente e un'immagine che vuole descrivere fin da subito lo stile progettuale dell'autore. Sfogliando le pagine si nota un netto cambio di impostazione verso metà portfolio. I primi due progetti sono raccontanti con un paio di immagini di mood, cartella colori con descrizione dei tessuti, bozzetti disegnati e colorati a computer e disegni tecnici, il tutto disposto nella pagina con ordine e rigore; gli altri due progetti appaiono da subito colorati e più liberi nell'impaginato, con screenshot da Instagram che fungono da immagini di mood, molte illustrazioni a mano libera dal sapore fumettistico e shooting fotografico. Non sono incluse immagini che documentano le fasi intermedie dell'iter progettuale, tra il disegno e il capo realizzato.

TAVOLO 1. Nonostante l'indicazione data di arrivare al workshop con i materiali relativi a tre progetti, lo studente si presenta con solo due lavori, ovvero quelli posizionati nella seconda parte del portfolio precedente. La motivazione fornita è che quelli esclusi non rappresentano più l'identità dello studente, sono stati realizzati all'inizio del percorso formativo e ora il suo approccio al progetto è molto variato. In merito ai materiali portati, va osservato che sono in numero ridotto e coincidono con quelli già inseriti nel portfolio, evidenziando un'esclusione a priori di immagini relative alle fasi intermedie del progetto e del work in progress. Per il primo step del workshop lo studente posiziona sul tavolo le immagini in modo ordinato: la fila superiore con sei pagine di illustrazioni e mood di un progetto, quella centrale con sei foto dello shooting della stessa collezione e quella inferiore con sei immagini di ricerca e bozzetti dell'altro progetto. Le parole chiave utilizzate indicano l'interesse per l'illustrazione a mano libera (matita), per le questioni di genere (maschiA), per la stratificazione dell'outfit progettato (troppo).
*S14 > Matita + Proverbio + Troppo + Maschi + Manina*

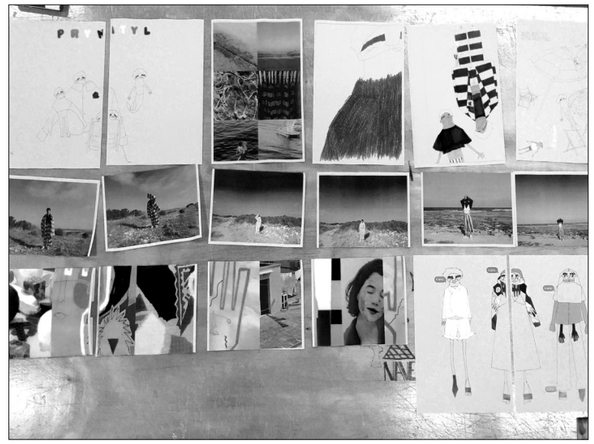
TAVOLO 2. La possibilità di selezione da parte degli altri studenti è sicuramente limitata dal numero ridotto di materiali portati per il workshop; le immagini scelte documentano le fasi di ricerca, l'illustrazione a mano libera e gli scatti fotografici dei capi realizzati. Le parole chiave evidenziano il gusto per il colore, l'aspetto apparentemente ludico che contraddistingue i progetti e il dualismo tra gioia e malinconia.
*S15 > Colori + Naif + Continuità + Patchwork + Mare*
*S16 > Infantile + Gioco + Colore + Movimento + Estivo*
*S17 > Giocare + Infanzia + Gioia + Circo panico + Assenza*
*S18 > Massivo + Colore + Malinconia + Prada*

TAVOLO 3. Le parole chiave scritte alla fine del workshop sono completamente diverse da quelle iniziali e due di queste sono tra quelle indicate dagli altri studenti. I termini sembrano voler definire un approccio progettuale complessivo (frettoloso, ripetitivo, naïf, massivo, ossessivo) più che descrivere le caratteristiche delle collezioni. Le immagini coincidono con quelle selezionate inizialmente, ma ora vengono raggruppate vicino alle parole individuate.
*S14 > Frettoloso + Ripetitivo + Naif + Massivo + Ossessivo*

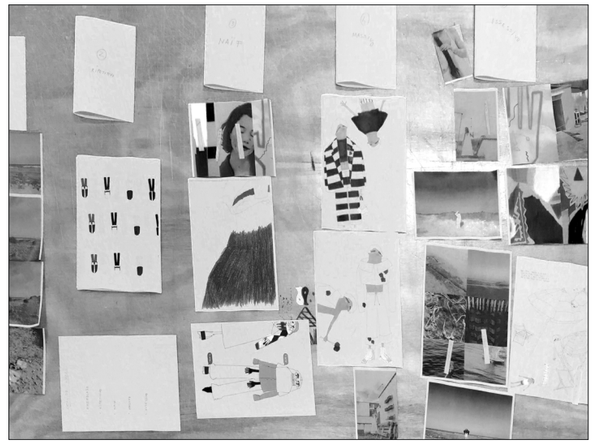
PORTFOLIO FINALE. Il portfolio realizzato dopo il workshop è un fascicolo di 13 pagine che coinvolge 3 esperienze progettuali, ciascuna identificata da titolo e anno in cui è stata sviluppata. Il primo progetto, che rappresenta l'aspetto più innovativo, consiste nel tirocinio svolto presso un marchio internazionale e viene descritto attraverso le attività svolte durante l'esperienza. Ampio spazio viene poi dedicato alla collezione finale, raccontata con due immagini di mood e diverse pagine di shooting fotografico. Il terzo progetto è rappresentato da due immagini di ricerca, due bozzetti e due foto dei capi realizzati.









[redacted]

PORTFOLIO
2014/ 2017

[redacted]

IUAV University of Venice
Fashion department

STAGE - RAF SIMONS - 2016/2017

## RAF SIMONS

SETTEMBRE 2016 - FEBBRAIO 2017

Durante i sei mesi di tirocinio, ho lavorato a stretto contatto con l'intero team. Durante la prima fase di sviluppo della collezione ho ricercato ed archiviato i tessuti selezionati per la collezione, nell'ultima aiutato il team con la fase produttiva.





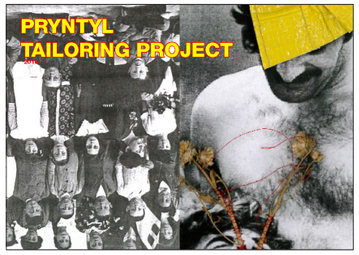













[redacted]

PORTFOLIO











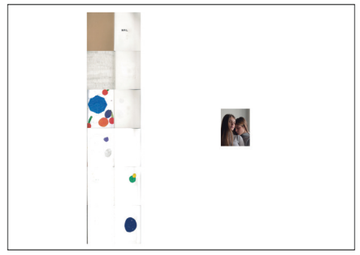






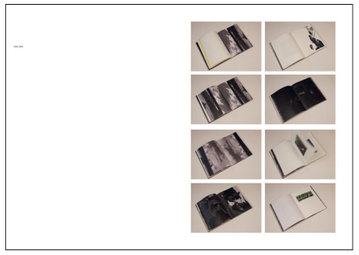
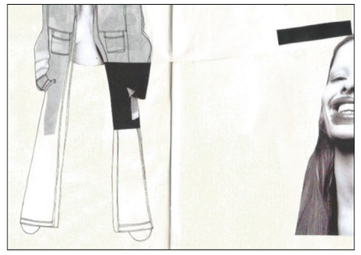
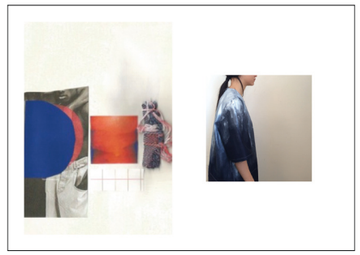
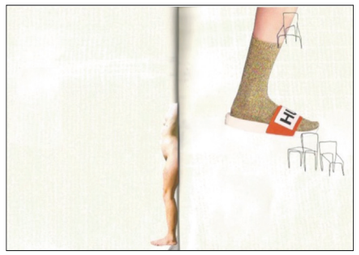
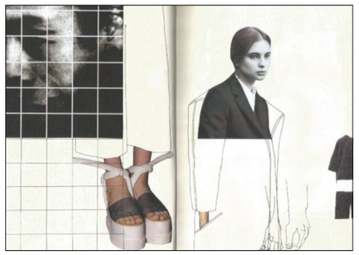
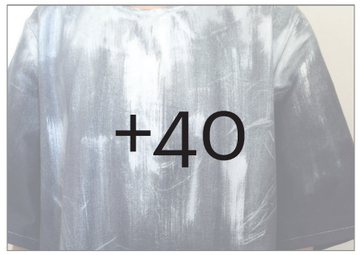














+40

PORTFOLIO INIZIALE. La studentessa ha realizzato un portfolio costituito da cinque brochure, una per ogni progetto, tutte con lo stesso formato, ciascuna di una decina di pagine. Le copertine sono bianche, all'interno è riportato il titolo del progetto, a volte con una breve descrizione del concept; non è mai indicata la data in cui è stato realizzato. Ogni opuscolo contiene immagini che documentano la ricerca, dettagli dei tessuti e delle lavorazioni, bozzetti, disegni tecnici e foto del progetto realizzato, non disposti seguendo il processo progettuale seguito ma facendoli dialogare tra loro rispetto alla doppia pagina.

TAVOLO 1. Posiziona sul tavolo principalmente disegni, illustrazioni, bozzetti e foto di tessuti e lavorazioni, riducendo al minimo foto di shooting. Nel complesso, le immagini si riferiscono a diversi progetti e sono poste in continuità, senza separazione. Mentre nel portfolio iniziale i progetti erano separati in fascicoli indipendenti, ora è evidente il tentativo di non raccontare singoli progetti ma dimostrare in modo trasversale il gusto per il disegno a mano libera, per l'illustrazione, per le texture, per le lavorazioni dei tessuti. Le parole chiave individuate riflettono questo tentativo, evidenziando soprattutto la fusione dei materiali e dei progetti (miscela, ordine) e il gusto per l'approccio manuale (amatoriale, manualità).
*S15 > Miscela + Ordine + Amatoriale + Manualità + Non cronologico*

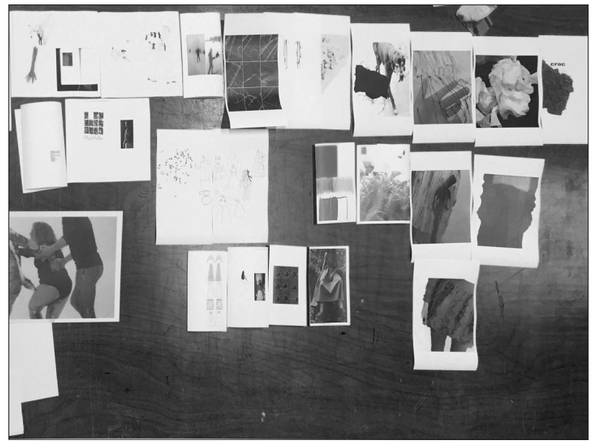
TAVOLO 2. Le immagini che gli altri soggetti hanno ritenuto più significative erano tutte presenti nel tavolo 1, evidenziando una corrispondenza tra la visione della propria identità delineata dalla studentessa e la percezione altrui. Le scelte degli altri soggetti hanno confermato, anche attraverso le parole chiave individuate, l'importanza dell'approccio manuale al disegno e alle lavorazioni dei tessuti per raccontare il suo carattere progettuale.
*S14 > Creatura + Monaca + Mappa + Tutto + Completo*
*S16 > Molla + Blocco + Femminile + Basico + Colore*
*S17 > Contrasto + Colore + Pieno + Lavorazioni + Manualità*
*S18 > Tatto + Croccante + Trasparenza + Viola + Infanzia*

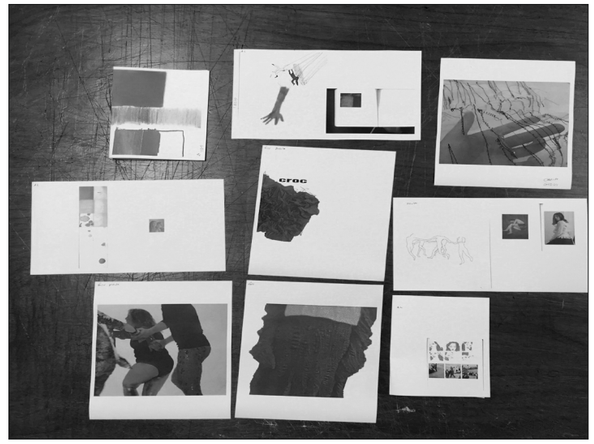
TAVOLO 3. Le parole chiave finali individuate dalla studentessa sono tutte diverse dalla versione iniziale e quattro di queste sono prese a prestito da quelle proposte dagli altri soggetti; scompare la dichiarazione che i diversi progetti sono stati fusi tra loro in questo esercizio, ponendo l'attenzione direttamente sulle caratteristiche delle immagini. Rispetto alla prima proposta di parole, si è passati a termini più precisi che dichiarano l'interesse per il disegno, per l'uso del colore, per le caratteristiche dei materiali (molla e croccante) e per il sapore che emerge dai diversi progetti (femminile). Le immagini posizionate sul tavolo finale sono quasi le stesse di quello iniziale e si raggruppano attorno ai diversi aspetti descritti dalle parole individuate.
*S15 > Disegno + Colore + Molla + Croccante + Femminile*

PORTFOLIO FINALE. La versione del portfolio successiva al workshop evidenzia, prima di tutto, la scelta di non suddividere più i progetti in fascicoli separati ma fonderli in un racconto continuo, mescolandone i diversi materiali. Le prime pagine sono una raccolta di piccoli disegni a mano di abiti, corpi, bozzetti appena accennati che lasciano poi spazio a silhouette e outfit più definiti e dettagliati, disposti sulla pagina in una libertà che accentua la narrazione. Il rigore del bianco e nero della prima parte si trasforma in colore, subito dopo, quando compaiono tessuti e lavorazioni presentati a tutta pagina; due pagine intermedie sono dedicate a disegni tecnici, trattati però in modo simile ai bozzetti iniziali, presentando in chiave grafica una competenza specifica. Solo nella seconda parte del portfolio compaiono le foto di capi realizzati, appartenenti a diversi progetti: sono presentati a pagina intera o come sequenza di dettagli, line-up di foto sfilata e foto dal backstage, in una sequenza dove dominano il colore e la sensazione tattile dei diversi tessuti utilizzati.



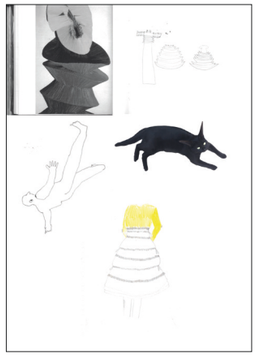












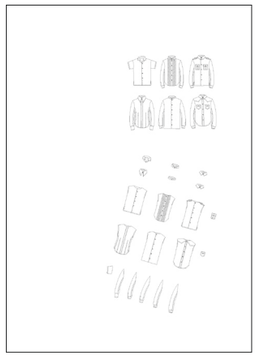

biallo












MORET



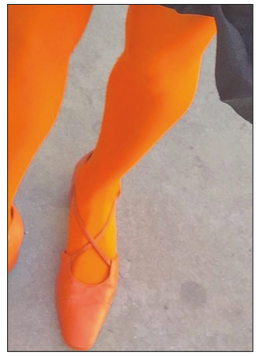








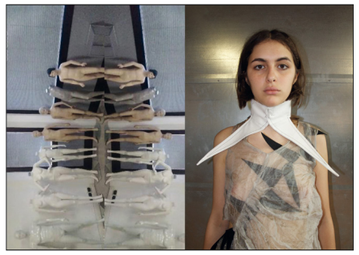


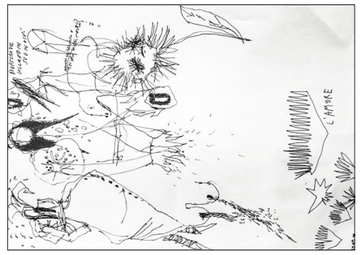




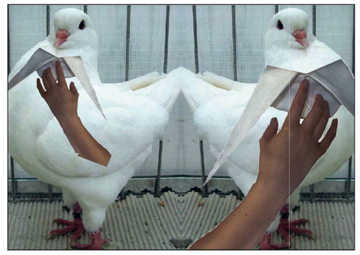

+63

LINGUA OL BACFIS















pâtes projet





LAND OF GOD projet










PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio si articola in una trentina di doppie pagine e raccoglie cinque progetti; ciascuno inizia con il titolo della collezione e si sviluppa con immagini di ricerca, bozzetti, illustrazioni, prove di lavorazione, teline, foto del backstage, shooting fotografico, fotomontaggi. Le immagini sono quasi sempre a tutta pagina e sono disposte in un ordine che non rispecchia la sequenza progettuale ma generano una narrazione attraverso somiglianze, contrasti, specularità e ripetizione; quando invece la pagina non è occupata da un'unica immagine, si passa a una grande densità di contenuti (bozzetti, cartamodelli, teline, idee di stampe per tessuto, lavorazioni, shooting fotografico) affiancati e sovrapposti, che descrivono simultaneamente il progetto da differenti punti di vista.

TAVOLO 1. La selezione delle immagini rispecchia l'impostazione del portfolio precedente, con una fusione tra immagini di riferimento, bozzetti, prove di lavorazione, teline e shooting fotografici; in questo caso, però, i progetti non sono più separati tra loro. Le parole chiave individuate contribuiscono a raccontare il sapore progettuale comune ai diversi progetti, descrivendo texture (peloso e macchiato), volumi (tagliato) e l'immaginario complessivo (nervoso e celebrato/glorificato).
*S16 > Nervoso + Tagliato + Peloso + Macchiato + Celebrato/Glorificato*

TAVOLO 2. Gli altri studenti confermano l'importanza per questo racconto di tutte le fasi progettuali, anche quelle intermedie; sono state scelte immagini di mood, disegni, teline, tessuti, foto dei capi indossati. Le parole chiave sottolineano quanto siano qui rilevanti il processo, la manualità e l'aspetto artigianale, andando poi a descrivere in modo più specifico le suggestioni del disordine equilibrato dei materiali.
*S14 > King + Artisanal + Dog sitter + Scultorea + Femmina*
*S15 > Manualità + Processo + Spigolo + Segno + Disordine equilibrato*
*S17 > Sguardo + Sublime + Dark + Taglio + Delicatezza*
*S18 > Nero + Esoterico + Ironico + Contrasto*

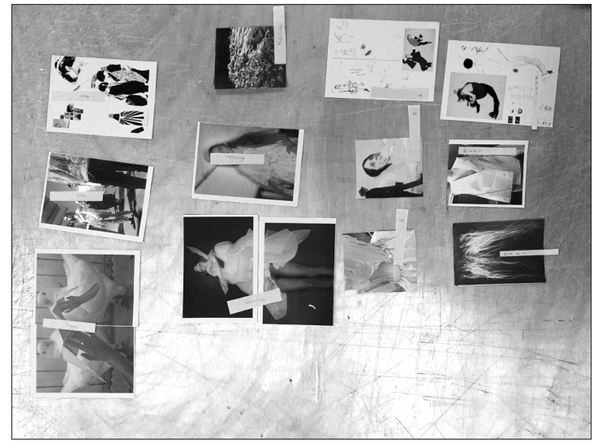
TAVOLO 3. La selezione finale effettuata dalla studentessa rimane in linea con le due fasi precedenti, confermando la varietà di immagini selezionate. Le parole chiave, in parte sostituite o affiancate da una seconda parola, si allontanano un po' dalla descrizione estetica del progetto – viene confermato il termine peloso affiancato, però, da morbido – andando invece a definire maggiormente il sapore complessivo del lavoro (nervoso, celebrativo, debole).
*S16 > Segmentato + Nervoso + Celebrato + Peloso/Morbido + Debole*

PORTFOLIO FINALE. I principali cambiamenti che si osservano nel portfolio realizzato in seguito al workshop sono la riduzione dell'elaborato a sole sei pagine, il posizionamento di molte immagini sulla stessa pagina e l'eliminazione della divisione tra i diversi progetti. Rimane molto evidente la scelta di considerare molte tipologie di immagini e di affiancarle, sviluppando un racconto attraverso illustrazioni, foto di mood, dettagli, volti, prove di lavorazione, documentazione del work in progress. Ogni pagina sembra esprimere un concetto preciso: la traduzione iconografica di una parola chiave individuata in precedenza; le immagini evocano concetti quali debolezza, delicatezza e morbidezza.





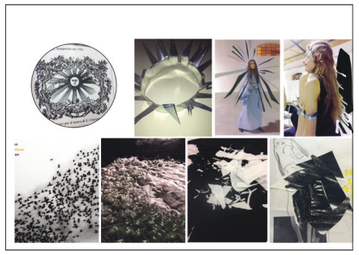






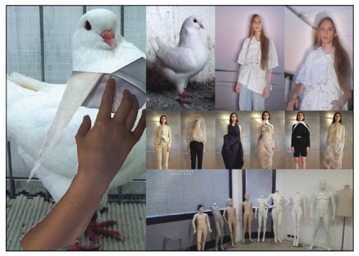












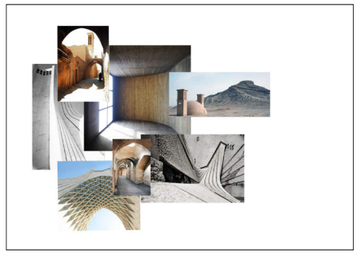

triennale
ACCESSORI
infanzia


abbigliamento
circo immaginario



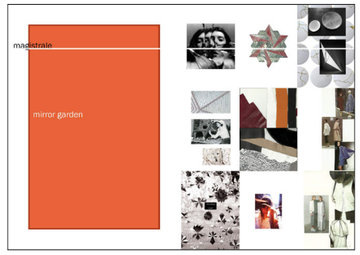


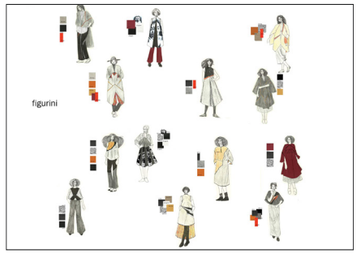

miraggio
Ho dato questo titolo alla mia collezione perché per renderne omaggio alla mia Terra: Iran.
La città di Yazd si trova nel cuore del deserto la sua parti colare architettura e le sue strade strette e piene di mattoni sono state la fonte d'ispirazione per la mia collezione.
I colori dei tessuti sono stati scelti proprio sulla base dei colori delle sfumature che si possono ammirare nella magia di un miraggio: l'azzurro del cielo e la terra del deser to che si fondono insieme.
Il nuovo nasce la forme che il vento fa sulla sabbia ed è la stampa rappresentativa artistica di quella zona.
In stile per volumi degli abiti mi sono ispirata a due importanti monumenti che si trovano proprio nella mia città natale.
Architettura di Yazdie i due monumenti di Teherani sono stati l'idea principale dei tagli a curva. Il volume ampiu sulla figura.
Trovi' e un' altra cerniè chiave, per crocere la curezza dei luoghi dove ho preso suggerimento.
Ho cercato di fare pochi tagliè meno cuciture possibili.




figurini




mirror garden


figurini






moving garden
Dopo tanto tempo di attesa in trafficoDi decide a scendere dal Taxi, c'è la pioggia piano piano copera le macchine, si mette sulla testa il cappuccio del suo impermeabile, si mette le mani nelle tasche e così si nasconde nel suo giardino arancione, prende il ritmo della pioggia e si concentra, dopo pochi minuti si allontana tutta la strada e ha cominciò a gerdo intorno, si gira e si gira mentre la pioggia si da dei baci, le gocce piano piano si scivolano da lui, così seguono la strada già verso si giardini tante di nuoti e compagnoni.
"Moving Gardens"
è un capsule collection di 8 outfoniei nel percorso di work shop con il designer Fabio Quaranta
Per la mia ricerca, il designer scelto ha i disegnet proposti è stato Issy Miyake.
Gli outfit con volumer strong, i colori prevalenti sono gli scuri e blu, grigio e bianco, sono accoppiati per esaltare il movimento come un'azione accesa e ritmo.
Tre giovani fit ne è nata seguitata1, composta da un impermeabile lungo con tessuto tecnico blu, doppiato con adeguiei giovanto arancione, un T-shirt in donnes blu e pantaloni larigi bile scuro.//
Il Punto di partenza è stata la giacca vintage di Armani la silhouette di questa giacca diventata la mia silhouette per l'impermeabile evolcitato. Il mio tentore di ispirazione è stata la filosofia Zen che ho trovato tecnica osservando i lavori di Miyake e ho voluto riportare.
Che cos'è questo Zen? Lo Zen è libertà e senza pregiudizi, che vede il mondo nella sua spontaneità, tramite la sua libertà d'animo, come nei momenti Zen, trova la strada verso un suo mondo fantastico.






+18

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio è realizzato in formato orizzontale, racconta cinque progetti e si sviluppa su una trentina di pagine; in copertina sono indicati solo nome e cognome su fondo bianco. I progetti sono disposti in ordine cronologico, dividendo quelli realizzati durante il corso di laurea triennale da quelli sviluppati durante il corso magistrale e indicando all'inizio il titolo. La tipologia di materiali inseriti per raccontarli non è omogenea: un progetto è descritto solo da un testo e dallo shooting fotografico; altri da immagini di ricerca, cartella colori, tessuti utilizzati, bozzetti e servizio fotografico. Sono praticamente assenti foto del work in progress e disegni tecnici dei capi.

TAVOLO 1. I tre progetti sono presentati separatamente; per i primi due vengono inserite immagini di mood, disegni e servizio fotografico, mentre per il terzo – che è l'ultimo progetto realizzato – solo lo shooting. Nel complesso appare evidente l'importanza che l'autrice attribuisce al risultato finale del progetto, alle fotografie in esterna dei capi indossati. I progetti, le immagini di riferimento e la scelta dei modelli utilizzati negli shooting mettono chiaramente in evidenza la provenienza iraniana della studentessa; le parole chiave ribadiscono il messaggio culturale di questo lavoro, definendo importanti temi quali identità, memoria, coraggio e tempo.
*S17 > Identità + Memoria + Coraggio + Tempo + U-Turn*

TAVOLO 2. Gli altri partecipanti hanno selezionato solo un paio di immagini di ricerca e disegni, tutte le altre sono prese dagli shooting fotografici dei tre progetti; questa scelta mette forse in evidenza come, in questo caso, gli esiti finali del progetto abbiano la capacità di attivare temi e mettere a fuoco in modo preciso un immaginario, aspetti meno evidenti nelle fasi intermedie del processo progettuale.
*S14 > Legata + Adulta + Caldo + Diversivo + Superfice*
*S15 > Calore + Disordine + Artigianale + Spontaneo + Arancione*
*S16 > Legame + Terroso + Geometria + Riposo + Neutro*
*S18 > Tradizione + Geometria + Linearità + Esperienza*

TAVOLO 3. La selezione finale delle immagini conferma l'importanza attribuita all'esito dei progetti, posizionando sul tavolo quasi esclusivamente gli shooting fotografici; rispetto alla prima fase, però, i progetti non sono più presentati separatamente ma vengono posti in dialogo attorno alle nuove keywords. Tra le parole chiave finali ritornano i termini identità e memoria, concetti individuati dalle parole degli altri soggetti (legame, esperienza, tradizione); tra le proposte degli altri, la studentessa seleziona calore, neutro e linearità, in grado probabilmente di descrivere l'atmosfera che emerge dagli scatti fotografici e dai capi realizzati.
*S17 > Identità + Calore + Memoria + Neutro + Linearità*

PORTFOLIO FINALE. Il portfolio realizzato dopo il workshop è un racconto di otto progetti, realizzati durante l'intero percorso di studi, sviluppato in una ventina di pagine. I progetti sono disposti separatamente in ordine cronologico inverso, iniziando dall'ultima collezione realizzata e procedendo a ritroso; ogni pagina riporta il titolo del progetto insieme ad alcune parole chiave o un breve testo di descrizione che mettono a fuoco i temi coinvolti nella collezione. Rispetto al workshop, qui vengono inserite molte immagini di mood, bozzetti, cartelle colori, tessuti, lavorazioni, disegni tecnici; queste diverse tipologie di materiali sono affiancate sulla pagina e messe in relazione come in un atlante warburghiano.













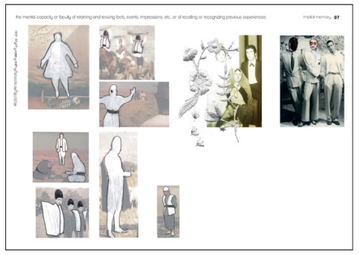


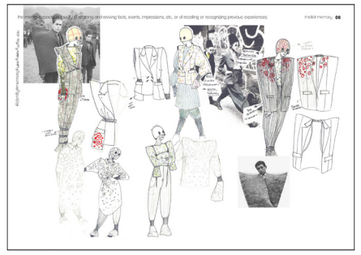




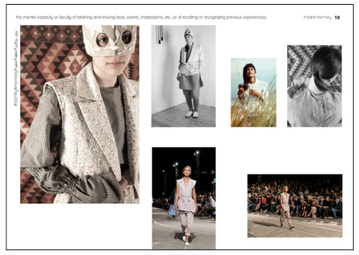








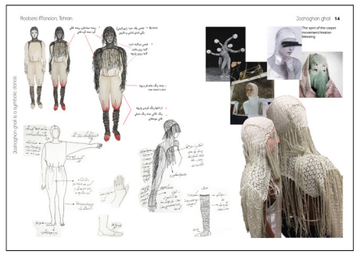
















**Portfolio**
**2016**
**/**
**2017**

Inspiration
Projects
Textile
Knitwear
Product
elementi organici
architettura
Velvet Algae
Algae Bodysuit
Fabric
Knitwear
Product

Velluto di cotone
con leggero effetto increspato
goffrato ossa-idrico

Velluto di cotone
tecnicamente da scarto
tessuto

Organza tinta in corso
Sovraggio a tre colorazioni

Tessuto di cotone e rayon/viscosa
stampato
di ispirazione

Velvet Algae

Venezia, autunno 2015, tempo per me trafficata di un momento.
Ho passato molto tempo a Venezia, ma non ho mai visto i canali così belli. Ho sempre in mente a volte gli stessi, ho sempre.
Il progetto nasce di qui e ritorna da esso nella ricerca di tessuti da
Ho cercato di ricreare le forme e i colori delle alghe che si trovano
soprattutto nei silenziosi elementi fragili e non organici, dalla e
alla di fibra, per suggerire l'idea stessa di un che si trasmuta e muove
Ho cercato di ricreare
Le creazioni di questi tessuti sperimentali sono di ricerca tale
innovazione tecnicamente di, apparte in alghe di velluto.

Parasite

Inserto, ingrandito di livello di tessuto di un organo affetto
Ho cercato di ricreare le forme e i colori delle alghe che si trovano
soprattutto nei silenziosi elementi fragili e non di differenziazione, dalla
e alla di fibra, per suggerire l'idea stessa di un che si trasmuta e muove
Ho cercato di ricreare tessuto da una sperimentazione di innovazione in
Le creazioni di questi tessuti sperimentali sono di ricerca tale innovazione
tecnicamente di fabric differenti tra consistenza e resa tecnica, base dell'organza su cui modello su cui lavoro con un fabric base in
Sovraggio a tre colorazioni
Inserto ossidato a acetone ed un archivio completo di foto una
parte di tela di cotone come simbolico. Sopra di supporto e valore
Ho cercato di ricreare le forme e i colori delle alghe che si trovano
presentate un sistema che fosse un di cui costituite le parti.

Intimamente, Bruto

Concetto pensato, strutture che prendono vita con cuore vivente
Ho cercato di ricreare le forme e i colori delle alghe che si trovano
Il progetto nasce di qui, dalla contemporanea ricerca e da ancora
Ho cercato di ricreare tessuto da una sperimentazione di innovazione in
velluto e tessuti organici, in un intimo dissenso che mostrasse un
Le creazioni di questi tessuti sperimentali sono organiche dell'umido e
prendere dell'acrilic, velluto in pasto di lana, cuoio e velluto e
Sovraggio a tre colorazioni, tessuto di cotone e rayon/viscosa. Stoffa
taglio vivace. Quest'ultimo elemento è realizzato in una tecnica
mista base e cuoi, dalla cui tecnicità ibridità, per suggerire
Ho cercato di ricreare le forme e i colori delle alghe che si trovano sculture del
duplice intrinseco di progetto.

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio include quattro progetti realizzati durante il biennio 2016/2017, come riportato in copertina insieme al nome e cognome della studentessa, e si sviluppa in una ventina di pagine. La prima pagina interna è dedicata a uno schema che suddivide i diversi progetti presentati nelle categorie textile, knitwear e product, oltre a suggerire due macrotemi progettuali: elementi organici e architettura. Ogni progetto è anticipato dal titolo, un breve testo e la categoria con cui è stato classificato nello schema iniziale; viene quindi descritto attraverso immagini di mood, foto degli esiti e, solo per l'ultimo progetto, alcuni bozzetti. I capi indossati sono fotografati in studio e le foto risultano poi sovrapposte a immagini di esterni e interni di architetture significative. Le pagine sono strutturate con una o due foto piccole e al centro, mentre le immagini di ispirazione sono raggruppate e affiancate come unica tavola oppure poste come sfondo del servizio fotografico.

TAVOLO 1. Quasi la metà delle immagini selezionate è costituita dalla ricerca iconografica, rappresentata principalmente da foto di architetture, di corpi e pose femminili, non suddivise tra i diversi progetti ma posizionate come unico moodboard; il resto è dedicato a due progetti di maglieria e, soprattutto, alla collezione finale, raccontata attraverso bozzetti, campioni di tessuto e scatti fotografici in studio. Le parole chiave individuate evidenziano l'interesse per l'architettura e per il lavoro d'archivio, sia nella selezione delle immagini di moodboard che nel progetto dei capi a partire da volumi e silhouette del passato; compare inoltre la parola tatto, che mette in luce l'interesse per la materia, sia la maglieria che il tessuto (posizionato in essere e non scannerizzato).
*S18 > Archivio + Architettura + Parassita + Intimo + Tatto*

TAVOLO 2. Anche gli altri soggetti ritengono ugualmente significative le immagini di ricerca e le foto degli esiti progettuali. Viene osservato ed esplicitato con le parole chiave degli altri studenti un interesse progettuale per la femminilità, l'intimità, la nudità, la carnosità, contrapposto al rigore, alla complessità e alla stratificazione architettonica.
*S14 > Tecnica + Oggettiva + Caldo + Nudo + Grande*
*S15 > Riferimenti + Donne + Rigore + Intimo + Architettura*
*S16 > Femmina + Complesso + Stratificato + Adulto + Carnoso*
*S17 > Femminilità + Sesso + Power + Destino + Dondolo*

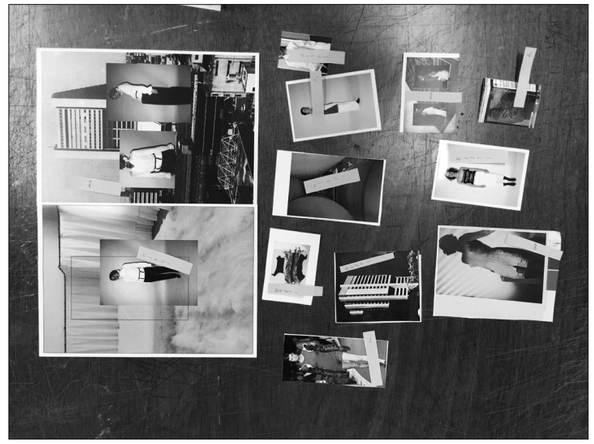
TAVOLO 3. La selezione finale accentua la rilevanza delle ricerca iconografica per descrivere l'identità della studentessa; le collezioni realizzate sono in stretta connessione con le foto di donne da cui si è sviluppata la ricerca e questo le rende molto importanti per la narrazione. Le parole chiave finali, anche se in parte sostituite con termini affini, confermano quanto emerso fin dall'inizio e i temi sviluppati dal lavoro progettuale.
*S18 > Architettura + Intimo + Stratificato + Rigore + Carnoso*

PORTFOLIO FINALE. Nel portfolio realizzato in seguito al workshop viene riproposto, ma modificato, lo schema di classificazione dei progetti inseriti che vengono ridotti a tre e raccontati separatamente; anche le pagine si riducono a dieci. Viene preservato l'equilibrio tra le immagini di mood e i capi realizzati, ma con una presenza più significativa di bozzetti, disegni e dettagli. Il confronto e la discussione con gli altri ha probabilmente fatto emergere la necessità di integrare i materiali con alcuni disegni tecnici e brevi descrizioni dei capi che rafforzino il collegamento tra la fase di ricerca e l'esito progettuale. Alcune delle parole chiave usate durante il workshop, sia dalla studentessa che dagli altri partecipanti, si trasformano in brevi didascalie e commenti.

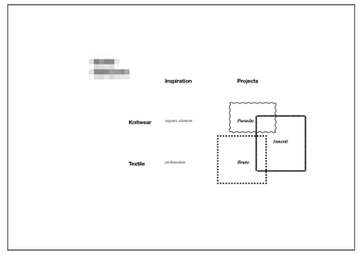


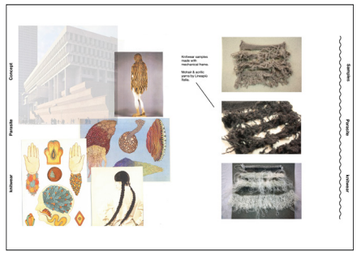


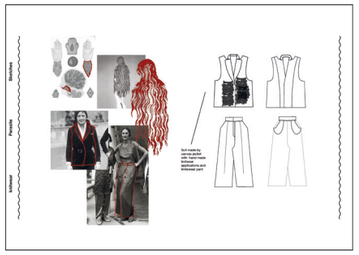






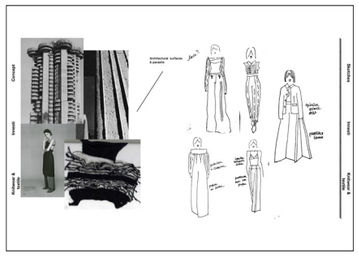

Inspiration
Projects
Knitwear
organic element
Textile
architecture
Parcels
Jewels
Brass


Concept
Fluidità
Knitwear
Knitwear samples made with recycled nylons
Mohair & cotton yarns to create complex folds.
Shapes
Prints
Colour


Shapes
Prints
Colour
Suit made by recycled nylons with hand made applications and knitwear yarn


Fluidità


Inward
"Inward" at Milan Fashion Show 2017

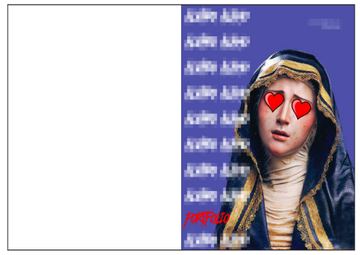

Concept
Volume
Volume
Architectural surfaces & volumes
Knitwear & Textile
Outer
Inner

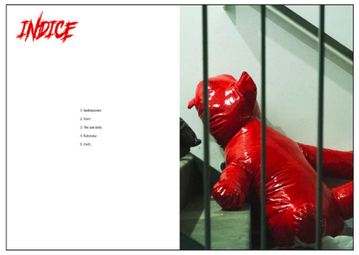

Concept
Inward
Knitwear & Textile
Vintage sarongs and rescured hand clothes
Rescued hand fur with inner made by rescued hand rugs's knit
Top made by the train of the same skirt.

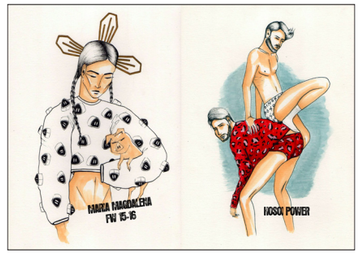

Concept
Mohr
Textile
Volume
Volume


Inward


Outer


PORTFOLIO


INDICE
1. Reflections
2. Dark
3. The lost deity
4. Estrictez
5. Cielo


MARIA MAGDALENA
FW 15-16
KOSOL POWER


ICARO


¿QUE SER FEMINISTA ES DEJAR DE PARECERSE MAS A UN HOMBRE?
SILUETA
MACHOS




CAMBIO DE SIGNIFICADO
ADMISIÓN Y JUEGO
Puta


Puta




QUIEN SOY


ILUSTRACIONES
ILUSTRACIONES
ILUSTRACIONES


VOLÉ
HICE UN
BARCO PARA
PERO FLOTAR
NUNCA
HABLO
DE SOLA


THE LAST DEITY
THE LAST DEITY
THE LAST DEITY
CREDITOS
CREDITOS
CREDITOS


TE AMO DIO
COMO LA
TRUCHA
AMO DIA
AL TRUCHO
TETAS


Créditos
Salamasa


Cer0_


+19

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio assomiglia a una fanzine ed è concepito sulla doppia pagina. La copertina è costituita da un'immagine di riferimento a tutta pagina, che mostra fin da subito un preciso atteggiamento progettuale, accompagnata da nome dello studente, e-mail e profilo Instagram. Dopo l'indice, che segnala i cinque progetti inseriti nel portfolio, si trova un elenco del percorso formativo, delle competenze tecniche e delle esperienze maturate, insieme a una foto dello studente modificata e trasformata in mood progettuale. Il primo lavoro presentato consiste in una serie di illustrazioni, disegnate a mano e colorate, che introducono alcuni temi presenti in tutto il portfolio quali l'ironia, il gusto per tessuti colorati e stampati, l'uso di slogan e statement, volti e fisicità particolari. Il secondo progetto viene descritto brevemente attraverso un concept, due immagini di mood, tre bozzetti e la foto dell'outfit realizzato. Il progetto successivo viene documentato in modo più approfondito; subito dopo il titolo e l'immagine di introduzione, costituita dalla foto di un outfit realizzato, compaiono i crediti del progetto: lo studente si definisce designer e direttore creativo, indicando poi il fotografo e i modelli coinvolti. Seguono un moodboard, i disegni della collezione e il servizio fotografico. Anche il quarto progetto viene presentato in un modo simile, ma aumenta lo spazio dedicato allo shooting e vengono eliminati i disegni. L'ultimo lavoro, descritto come un lavoro collettivo di diversi designer e studenti di Alcoi, viene documentato attraverso le immagini del fashion show di presentazione del progetto.

TAVOLO 1. Lo studente partecipa al workshop con una quantità e varietà molto limitata di materiali, avendo quindi già effettuato una selezione dei contenuti che ritiene interessanti e, soprattutto, concentrando il focus su un unico progetto con cui si identifica pienamente; questo non consente, però, di attivare una relazione tra i diversi progetti. Il tavolo presenta una serie di immagini di mood, quattro disegni di outfit e alcuni campioni di tessuto, quasi tutto appartenente al progetto «The last deity»; nessuna immagine del servizio fotografico viene selezionata e posizionata sul tavolo. L'elemento di continuità è il colore, dato che tutte le immagini selezionate sono sui toni del rosa e rosso, oppure nere. Le parole chiave individuate non descrivono gusto, stile progettuale o caratteristiche estetiche ma si riferiscono a significati più ampi quali la forza, l'emozione, il folclore, il messaggio, l'immaginario.
*S19 > Fuerza + Emocion + Mensaje + Folclore + Figuracion*

TAVOLO 2. Avendo poche immagini tra cui poter scegliere, la selezione degli altri studenti è molto simile al tavolo precedente: immagini di mood, disegni e tessuti relativi a un unico progetto. Le parole scritte dagli altri studenti rimangono in linea con quelle indicate dall'autore, dimostrando quindi la capacità narrativa del progetto e la chiarezza dei temi sollevati.
*S20 > Emotivo + Intenso + Pasional + Personal + Urbano*
*S21 > Introspectivo + Sensible + Reivindicativo + Callejero + Fusion*
*S22 > Reivindicativo + Oposicion + Duro + Arriesgado + Suave*
*S23 > Critico + Underground + Atrevido + Sensacionalista + Pasional*

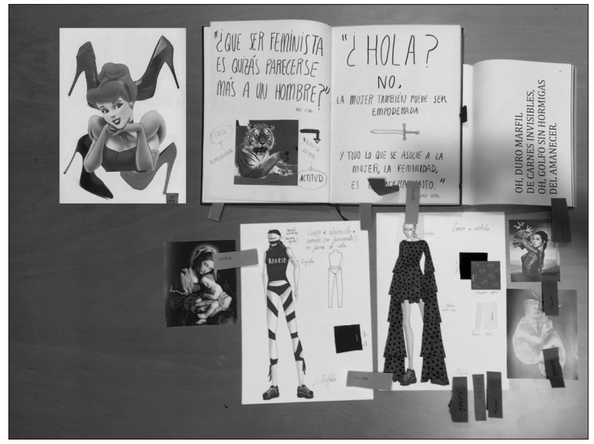
TAVOLO 3. La selezione finale delle immagini è molto simile alle due precedenti; le parole chiave in parte coincidono con quelle scritte inizialmente e in parte sono riprese tra quelle indicate dagli altri. Il messaggio e l'identità sono certamente molto chiare, anche se limitate a un solo progetto; manca però una narrazione del processo progettuale e, soprattutto, dell'esito finale.
*S19 > Emocion + Figuracion + Oposicion + Introspectivo + Fusion*

PORTFOLIO FINALE. Il portfolio realizzato dopo il workshop è molto simile a quello iniziale. Si osserva unicamente l'eliminazione del primo progetto, che si caratterizzava come una raccolta di illustrazioni a mano. Viene inoltre modificata la pagina dedicata alla presentazione di sé: inizialmente presentata in forma di curriculum, con l'elenco delle diverse esperienze formative e lavorative, ora si è trasformata in un breve statement che descrive l'identità dell'autore.

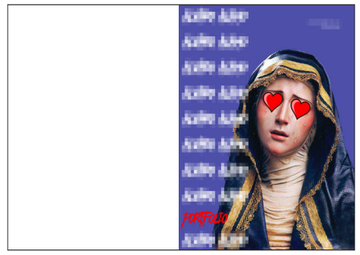










MATUR


INDICE
1. Intro
2. The less ugly
3. Extremes
4. Ow!,


Quicks - quid way


ICARO


EASD
Escola d'Art de Disseny d
MOI
HACER UN BRAZO BIEN FLACO PERO NUNCA HABLO DE ASCO


THE LAST DEITY
THE LAST DEITY
THE LAST DEITY
CREDITOS
CREDITOS
CREDITOS


¿CÓMO SER FEMINISTA ES CASI ES PARECERSE MAS A QU MONTERO?
SILUETA




TE AMO DIO
COMO LA
TRUCHA
AMO DIA
AL TRUCHO
TETAS




Satanasa
Créditos


CAMBIO DE SIGNIFICADO
ADMISIÓN Y JUEGO
Puta


Puta




Cer0_


+14


PORTFOLIO


PROFILE


ÍNDICE


CRÉDITOS PROYECTO


SKETCHBOOK


LOOKBOOK
LOOKBOOK
BTABTABTA






CRÉDITOS PROYECTO

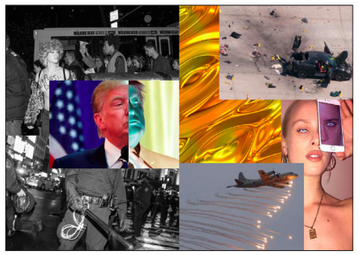







CRÉDITOS PROYECTO


INTRO_9%
INTRO_9%
INTRO_9%
INTERNET
CAMBIO
CLIMÁTICO
ASIA
DEMOGRAFÍA
GLOBALIZACIÓN




+15

PORTFOLIO INIZIALE. In copertina compare un'immagine di mood progettuale, oltre al nome dello studente e all'università di appartenenza. Viene poi inserito l'elenco delle esperienze formative e delle competenze acquisite con l'aspetto di un CV, accompagnate da una foto dell'autore. L'indice anticipa i quattro progetti inseriti nel portfolio, con titolo e immagine significativa. Ogni progetto è introdotto dai crediti, che indicano il progettista, la persona che ha realizzato i capi, il fotografo e i modelli. Il primo progetto è raccontato attraverso la scansione dello sketchbook, con immagini di mood, schizzi, collage e appunti, seguita dai figurini della collezione colorati in base ai tessuti selezionati, un testo descrittivo e molte immagini di shooting. I progetti successivi sono raccontati quasi esclusivamente attraverso il servizio fotografico a poche immagini di ispirazione e alcune parole chiave.

TAVOLO 1. Lo studente posiziona sul tavolo diverse tipologie di materiali, senza suddividere i progetti: sono presenti immagini di riferimento, disegni, foto di teline, manifesti di eventi performativi, shooting di progetti realizzati. Il filo conduttore che lega tutte le immagini è rappresentato dal legame con il corpo, la sua deformazione, la sua esaltazione, la sua celebrazione. Anche il colore è un elemento che unisce le immagini selezionate, caratterizzate tutte dai toni del rosso e del viola. Rispetto al portfolio presentato durante il primo incontro del workshop, si riduce notevolmente lo spazio dedicato agli esiti del progetto per lasciare spazio all'immagine complessiva del processo creativo. Le parole chiave individuate dallo studente descrivono i significati progettuali più che le caratteristiche estetiche: sperimentale, alternativo, provocatore, sovversivo e inquietante.
*S20 > Experimental + Alternativo + Provocador + Subversivo + Inquietante*

TAVOLO 2. La selezione degli altri studenti enfatizza la forza delle immagini di riferimento e progetto che sembrano essere sufficienti, dal loro punto di vista, a raccontare l'identità dello studente. Non vengono scelte foto di shooting o altre immagini che descrivono gli esiti delle esperienze progettuali. I termini individuati dagli altri studenti per descrivere l'identità che emerge attraverso le immagini sono in linea con quelle scritte in precedenza dallo studente, soprattutto sul senso di provocazione e sperimentazione dei progetti, pur mettendo in luce diverse sfaccettature.
*S19 > Critica + Admiracion + Creatividad + Evolution + Distorsion*
*S21 > Reivindicativo + Provocacion+ Neutro + Cotidiano + Llamativo*
*S22 > Provocacion + Intenso + Futurista + Eclectico + Oscuridad*
*S23 > Ironico + Original + Sexualidad + Prohibicion + Sociedad*

TAVOLO 3. La selezione finale delle immagini ripropone la scelta di enfatizzare i riferimenti progettuali più che le foto dello shooting. Le parole chiave coincidono in parte con quelle iniziali e le altre derivano dalle diverse suggestioni suggerite dagli studenti coinvolti nel workshop.
*S20 > Provocador + Inquietante + Reivindicativo + Intenso + Original*

PORTFOLIO FINALE. Il portfolio realizzato successivamente al workshop appare molto simile a quello precedente, sia nella sequenza dei progetti che nell'uso dei materiali che li caratterizzano. Si osservano due elementi di novità: l'inserimento di alcuni disegni tecnici, prima non presenti, e un testo descrittivo che introduce ogni progetto.





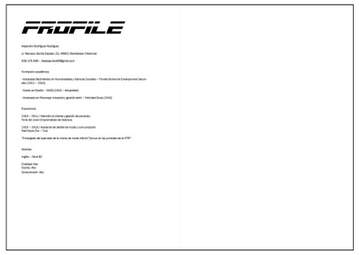









e my way once
GOD IS DEAD AND WE ARE GUILTY
www.ejandro88@gmail.com


PROFILE


SKETCHBOOK


LOOKBOOK
LOOKBOOK
BTABTABTA





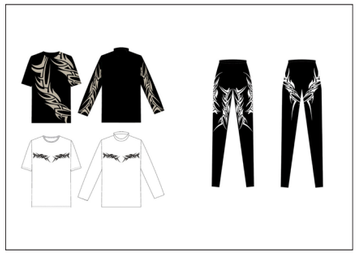



CRÉDITOS PROYECTO




INDICE


CRÉDITOS PROYECTO






CRÉDITOS PROYECTO


INTRO_9%
INTRO_9%
INTRO_9%
INTERNET
CAMBIO
CLIMÁTICO
ASIA
DEMOGRAFÍA
GLOBALIZACIÓN




+10


Portfolio personal


BIBLIOGRAFÍA.




FADI 2016
CAMILA ROCHA

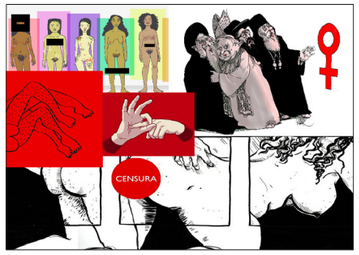

BACK TO BLACK


HIPOTECA CADENA PERPETUA
SISTEMA "EDUCATIVO"
Debt Slave
SI NO TUVIERAS MIEDO ¿QUE HARIAS?
"QUE NO SE TE VAYA LA VIDA TRATANDO DE GANARLA."


BACK TO BLACK
Camila Rocha




CENSORED


CENSURA


CENSORED
17.
Camila Rocha




CENSORED
17
Camila Rocha


SMART X MERCEDES BENZ


SMART X MERCEDES BENZ


SMART X MERCEDES BENZ
+5
Camila Rocha

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio si sviluppa in circa venti pagine e presenta quattro progetti. Dopo la copertina, in cui è riportato il nome della studentessa, è presente un testo che racconta il percorso formativo dell'autrice, i designer di riferimento, l'estetica dei suoi progetti, i temi che le interessano. I progetti sono introdotti da titolo e testo di descrizione dell'ispirazione e del concept; segue una tavola di mood e molte immagini dello shooting fotografico che appare essere l'elemento più importante per la studentessa. Solo nell'ultimo progetto sono presenti i bozzetti della collezione, unico materiale delle fasi intermedie del progetto. Le foto dei capi realizzati sono molto efficaci e vengono trattate come un vero redazionale, con il nome del brand, dei modelli e del fotografo.

TAVOLO 1. A differenza del portfolio presentato precedentemente, nel quale erano inserite quasi esclusivamente immagini dello shooting fotografico, sul tavolo vengono posizionati schizzi, bozzetti, immagini di riferimento, collage, campioni di tessuto, parole e brevi slogan, senza includere alcuna foto dei capi realizzati. Non c'è divisione tra i progetti. Le parole chiave si soffermano sia su aspetti estetici dei progetti (colore, teatralità) che più generali (sarcasmo, cambiamento).
*S21 > Cambio + Color + Sarcasmo + Teatralidad + Orden*

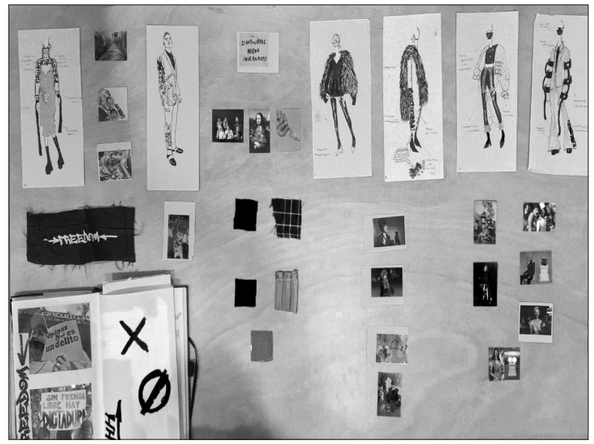
TAVOLO 2. La selezione effettuata dagli altri studenti ricade quasi esclusivamente su parole chiave, appunti e slogan contenuti all'interno dello sketchbook, oltre ad alcune immagini di mood e un bozzetto. L'attenzione si concentra quindi sul messaggio che la studentessa vuole trasmettere con il suo lavoro, non solo sul contenuto visivo. Le parole chiave evidenziano questo interesse, attraverso termini quali audacia, rivendicazione, durezza e oppressione.
*S19 > Urbano + Ostentoso + Reivindicativo + Crudo + Ironico*
*S20 > Realidad + Opresión + Censura + Dureza + Esterotipo*
*S22 > Reivindicación + Atrevimiento + Ironia + Calle + Mujer*
*S23 > Arte + Reivindicativo + Irónico + Atrevido + Mujer*

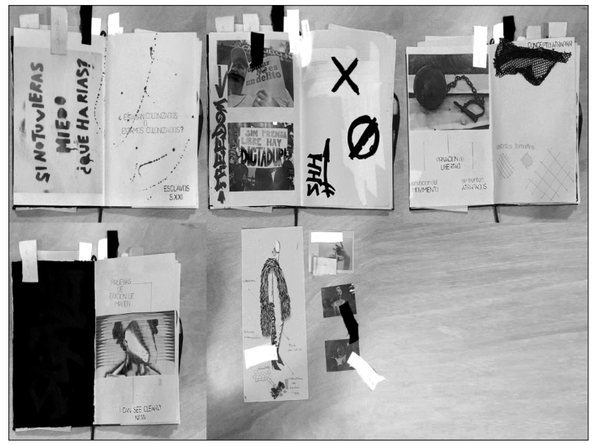
TAVOLO 3. La studentessa recepisce l'indicazione degli altri studenti, tiene solo due bozzetti e lascia sul tavolo soprattutto testi e immagini di riferimento. Anche le parole chiave si focalizzano sull'idea di ribellione e audacia.
*S21 > Rebelión + Atrevimiento + Ironia + Ostentoso + Urbano*

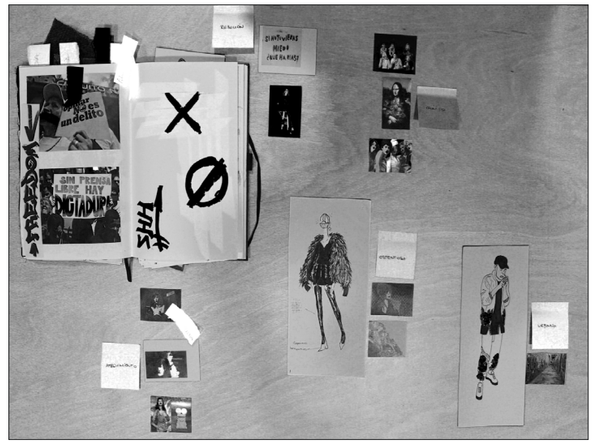
PORTFOLIO FINALE. Il nome della studentessa in copertina si trasforma ora in firma, per rendere ancora più personale e unico il portfolio. Viene introdotto un indice che segnala i tre progetti contenuti, accompagnato da uno slogan già presente durante il workshop. Il testo biografico viene qui posizionato al termine del portfolio, non in apertura come nella versione precedente. Il primo progetto viene raccontato più approfonditamente rispetto al portfolio iniziale: oltre alle molte immagini dello shooting fotografico, vengono inseriti bozzetti, immagini di mood, foto da lookbook e dettagli. Alcuni di questi materiali, in modo specifico i bozzetti, non erano presenti durante il workshop e, quindi, sono stati prodotti appositamente per la nuova versione del portfolio. Viene inoltre inserito il link del fashion film realizzato per presentare il progetto. Il secondo progetto viene ridotto a tre immagini della sfilata in cui è stata presentata la collezione e il bozzetto di uno degli outfit. Il terzo e ultimo progetto, impostato come il primo, viene raccontato in modo più approfondito con molte immagini dello shooting e alcuni riferimenti iconografici e collage.



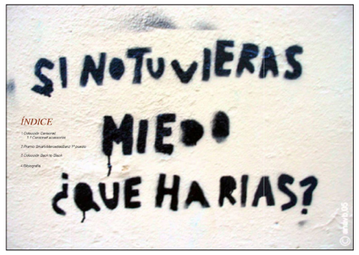









Camila Roche.
Portfolio personal


SI NO TUVIERAS
MIEDO
¿QUE HARIAS?
ÍNDICE
1 Introducción - Contenido
1.1 Contenido accesorios
2 Planos detalle/descripción 1º pase
3 Colección Open to Black
4 Discografía




CENSORED
17.
Camila Rocha


ACCESORIOS
CENSORED
17.


CAMILA ROCHA
PRESENTA
FASHIONFILM
https://vimeo.com/224195975


BACK TO BLACK




CENSORED




beca smart moda
SMART X MERCEDES BENZ


BACK TO BLACK
16.


CENSORED
17.


CENSORED
17.


SMART
17.


+20


PORTFOLIO


CONTENIDOS
01. Moda sostenible
02. Estilismo editorial
03. Experimentación textil
04. Volumen
05. Diseño
06. Infantil
07. Ilustración


02
Estilismo de editorial trata de un proyecto colaborativo en el cual tenía que crear un look y realizar una sesión de fotos para una editorial de moda. Los looks tenían prendas con una temática final y que trata sobre el surrealismo mezclado con el dandismo, en cada look aparece siempre una pieza de dandy, ya sea un accesorio o prenda. Cada look está estudiado y trabajado para que el atrezzo no le reste ningún punto al look que es la pose de la modelo.


CASA D' GUERRA


03
Experimentación textil, hasta ahora un proyecto de elaboración de teidos con diferentes materiales. Mi colección se llama Viennere y está inspirada en el Nuevo Barroco.
Los tejidos de la colección son hechos a mano con la intención de dar el efecto antiguo y desgastado. He utilizado el denim para tener un elemento básico y lo he mezclado con red de saco tejada, tul, brillantes, alambre, cerveza de naranja, plástica y muchos materiales mas.
A continuación muestro las siguientes imágenes de tejidos experimentales y la prenda final que ha sido customizada.


MOODBOARD GENERAL




05
Bitxilo para la firma
Pepe Botella de la temporada Primavera/Verano 2016




01
Moda sostenible es un proyecto que realicé a partir de prendas usadas, un proyecto de upcycling para intentar dar una segunda vida a las prendas. En este caso utilicé camisas de caballero para hacer uno de los prototipos en el cual intentó aprovechar la prenda en su totalidad.
El segundo prototipo está hecho a base de jerséis de diferentes texturas y el cuerpo está hecho con una camisa. La parte de la tela está hecha con un telar y mediante cintas de jersséis nació un nuevo tejido a base de urdimbre y trama. A continuación muestro los prototipos finalizados.



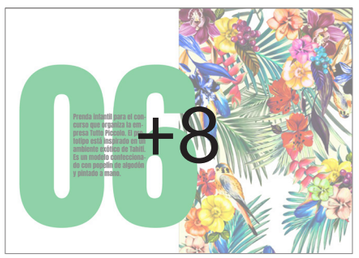





TEJIDOS


04
Experimentación de mangas y volumen es un proyecto en el cual realicé formas geométricas y con volumen tanto en un cuerpo como una manga. El objetivo era lograr una prenda con forma volumétrica y el resultado se puede observar en las siguientes imágenes.




06
+8
Prenda infantil para el concurso que organiza la escuela Tisné Pacheco. El proyecto está realizado en ambiente exótico de Tahití. Es un modelo combinado, es una prenda de algodón y pintado a mano.

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio si sviluppa in una decina di doppie pagine. L'indice riporta i sette progetti inclusi e ciascuno viene illustrato da un testo e da alcune immagini che sono, quasi sempre, parte del servizio fotografico. Solo in un progetto sono inseriti moodboard e tessuti. Il portfolio è quindi concepito come una rivista, attraverso cui mostrare gli esiti dei progetti realizzati.

TAVOLO 1. La tipologia di materiali selezionati dalla studentessa è molto più varia di quelle inserite nel portfolio: ci sono molte immagini di riferimento, disegni, campioni di tessuto, e solo quattro foto di capi realizzati. Le parole chiave si riferiscono a caratteristiche generali quali serietà, varietà, evoluzione.
*S22 > Seriedad + Evolución + Transmitir + Variedad + Dedicacion*

TAVOLO 2. Gli altri studenti concentrano l'attenzione sulle immagini di mood e su un paio di bozzetti, eliminando del tutto le foto degli outfit realizzati. Le parole chiave definiscono alcune caratteristiche estetiche dei progetti, come streetstyle, elegante, denim, asimmetria, scuro, ma insistono anche sui concetti più generali in linea con quanto indicato in precedenza dalla studentessa.
*S19 > Ecléctico + Denim + Brillo + Superposicion + Racial*
*S20 > Callejero + Sociedad/Raza + sobrecargado + Serio + Escuro*
*S21 > Artistica + Inusual + Asimetria + Color + Callejero*
*S23 > Elegante + Diversidad + Callejero + Arriesgado + Denim*

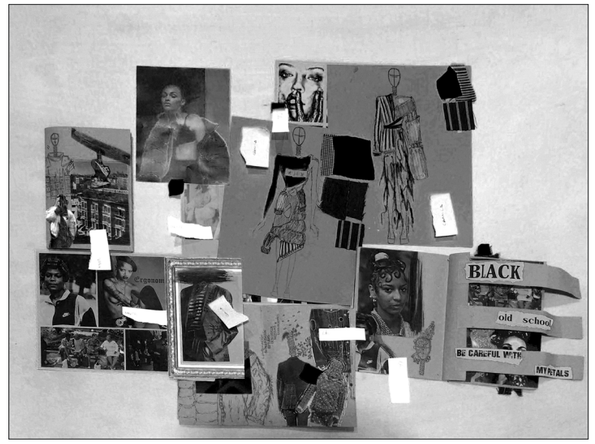
TAVOLO 3. La scelta finale di immagini assorbe le indicazioni degli altri studenti: compaiono solo immagini di riferimento e un paio di bozzetti. Sono queste le immagini che, secondo la studentessa, possono riassumere pienamente i concetti indicati dalle parole chiave: eclettico, streetstyle, nero, inusuale e artistica.
*S22 > Eclectico + Callejero + Negro + Inusual + Artistica*

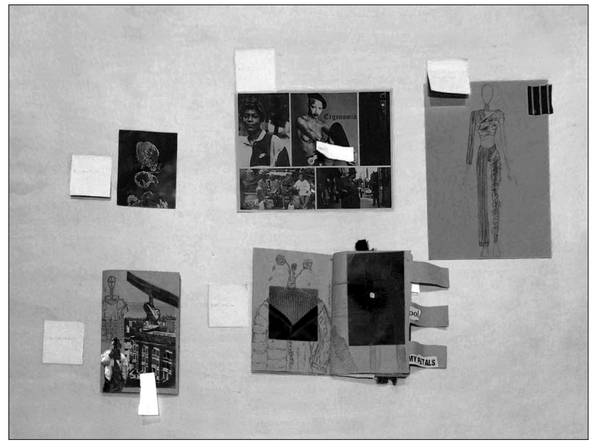
PORTFOLIO FINALE. Il portfolio successivo al workshop presenta solo tre progetti, ciascuno introdotto da un breve testo descrittivo. Rispetto al portfolio precedente, in quello conclusivo viene dedicato molto più spazio alle immagini di riferimento, a dettagli del tessuto e delle lavorazioni e ai disegni.

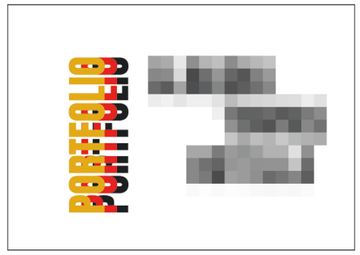







PORTFOLIO


INDICE
01.Tejidos experimentales
02.Moda sostenible
03.Proyecto autor

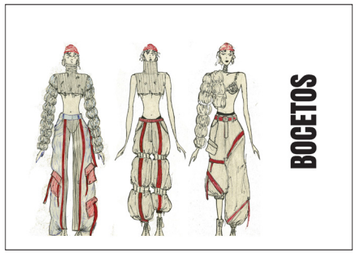

01. Este proyecto se basa en crear nuevos tejidos con diferentes materiales y a partir de ellos realizar una prenda. Mi inspiración es el Nuevo Barroco.




02. Trata sobre un proyecto colaborativo con el fin de dar una segunda vida a prendas usadas.
Las prendas están realizadas con jerseys de lana y camisas de caballero.


HOOSE
3. Proyecto de autor trata sobre la búsqueda de la identidad de una marca propia con el fin de realizar una colección. La colección está inspirada sobre el ghetto afroamericano del Bronx de los 80.

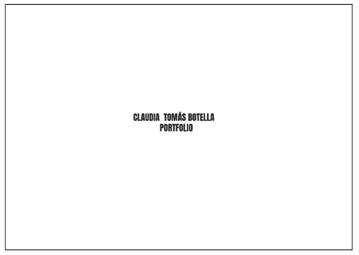

Ergonomía

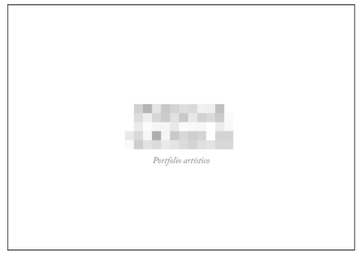

BOCETOS








CLAUDIA TOMÁS BOTELLA
PORTFOLIO


Portfolio artístico


Paula Catalá
Estudiante de diseño de Moda en la ESMD de Alcoi. En este proyecto pudeis ver una selección de trabajos que realicé durante los estudios de moda. Empiezo con un estilo más vintage y un poco por lo retro. Actualmente evolucionando hacia un estilo más underground un poco más vinculados a lo oriental.
Contacto:
t - 652 599 656
e - catalapaula38@gmail.com




Upcycling
Proyecto de Moda Sostenible
Realización de 6 prototipos con la colaboración de todos los alumnos de cuarto de diseño de Moda, a partir de materiales reciclados y reutilizados.


LadyBug
Línea pijama
"Lady Bug" está formada por 6 bocetos inspirados en las mariquitas y hojas


miss MILKSHAKE
Idea Milkshake
"Miss Milkshake" es una colección de calzado que apuesta por un estilo retro, donde destaca como principal características su tacón muy destacado y alegre. Cada una de las lineas esta inspirada en el entorno de las cafeterías: de los años 50, con motivos como batidos, helados, pajitas, siluetas, carteles... para la temporada primavera-verano 2017.




PIC-NIC
magazine
Pic nic mag
Editorial de moda realizado con tres compañeros inspirado en el Pop Art.
Existieron Pop con prendas clásicas, o puede lograr un estilo muy chic y fuera de lo común.



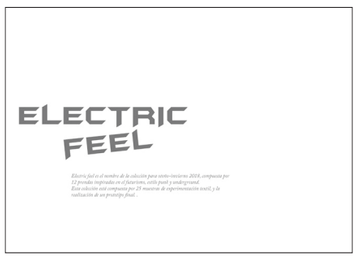

Índice
Diseño sostenible
Pregrid
Upcycling
Diseño infantil
Queen bee
Lady bug
Wings
Diseño de calzado
Experimentación textil
Editorial de moda


PACAGIRL
Colección primavera verano 2016
Inspirada en el reciclaje/arte utilizando materiales reciclados.
"Pac Girl" está formada 6 piezas inspiradas en la moda vintage, reconocemos Look y los videojuegos retro, con la realización de un prototipo final, la característica por tener un carácter desenfadado, juvenil, alegre y divertido con prendas frescas y ligeras.




Queen Bee
Línea bebé
"Queen bee" está formada por 6 prototipos inspirados en las colmenas y las abejas, con la realización de un prototipo final


Nahia Kahina Nahia
Nahia Kahina Nahia


ELECTRIC FEEL
Electric feel es el nombre de la colección para otoño-invierno 2018, compuesta por 12 prendas inspiradas en el futurismo, estilo punk y underground.
Esta colección está compuesta por 10 muestras de experimentación textil, y la realización de un prototipo final.




+5

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio si articola in venti pagine e si apre con una breve presentazione del percorso formativo e del gusto progettuale della studentessa e con l'elenco degli otto progetti inseriti. I progetti sono raccontati dal titolo, un'immagine significativa (di ispirazione o di esito progettuale), una breve descrizione del lavoro svolto e alcune foto del progetto realizzato. In alcuni casi sono inseriti anche bozzetti, disegni tecnici e dettagli dei materiali e delle lavorazioni.

TAVOLO 1. La prima selezione di immagini include i bozzetti di una collezione insieme ai campioni di tessuto e una foto dell'outfit realizzato, una pagina dello sketchbook di un altro progetto con un'immagine di mood e un collage e, infine, alcuni campioni di tessuto e lavorazioni affiancati a due foto degli accessori realizzati. I progetti sono separati tra loro e sembra mancare un filo conduttore; le parole chiave si soffermano sul gusto progettuale (pin-up, giapponese, underground) anche se questo non è trasmesso in modo compatto e chiaro dalle immagini selezionate.
*S23 > Pin-up + Fuerte + Underground + Japones + Experimental*

TAVOLO 2. Gli altri studenti selezionano un paio di immagini di riferimento e collage, campioni di tessuti e lavorazioni e diversi disegni, bozzetti e schizzi. Non vengono selezionate immagini dei capi realizzati ma solo della fase iniziale del processo progettuale. Le parole chiave mettono in luce alcuni contrasti dello stile (vintage, futurista, underground, pin up, minimal, retro), ma si soffermano anche su alcune caratteristiche estetiche (metallo, colore piatto, geometrico, neutro).
*S19 > Urbano + Vintage + Futurista + Color plano + Metal*
*S20 > Negro + Serio + Retro + Duro + 80's*
*S21 > Reciclar + Minimal + Geometrica + Superposición + Neutra*
*S22 > Metal + Underground+ Androgenico + Pin up + Artistico*

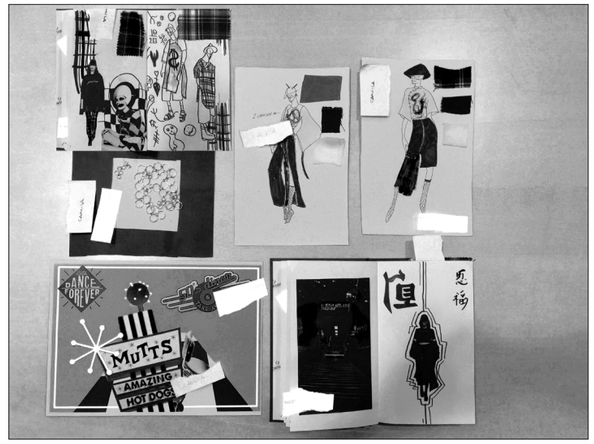
TAVOLO 3. Quasi tutte le immagini selezionate per l'ultimo step sono diverse rispetto alle precedenti, anche se viene ancora più accentuato l'interesse per i disegni dei progetti; a eccezione di un campione di lavorazione sul tessuto con anelli metallici, le altre immagini sono disegni dei tre diversi progetti su cui si è concentrato il workshop. Non compaiono immagini di mood o scatti del servizio fotografico conclusivo. Le parole chiave sono quasi tutte derivate dalle indicazioni degli altri soggetti e descrivono l'estetica complessiva dei progetti, ora più legati tra loro nelle silhouette e nelle texture.
*S23 > Artistico + Urbano + Superposición + Metal + Vintage*

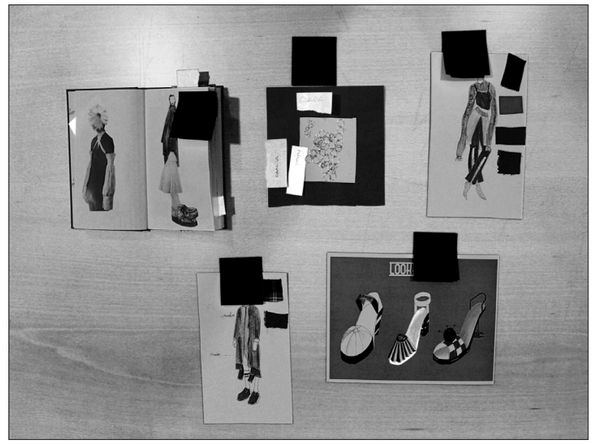
PORTFOLIO FINALE. Il portfolio successivo al workshop è impostato come quello realizzato precedentemente; i progetti si riducono a quattro, che risultano essere più omogenei tra loro e più allineati rispetto allo storytelling. Le immagini selezionate sono soprattutto parte dei servizi fotografici finali ma si evidenzia l'importanza attribuita ai bozzetti e ai disegni, come emerso durante il workshop.







[redacted]

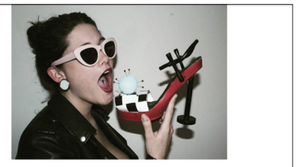
*Portfolio artístico*

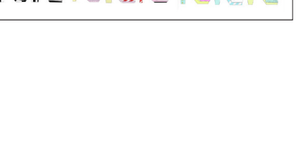


**Paula Catalá**

*Estudiante de diseño de Moda en la ESMD de Alcoi. En este proyecto pudelo ver una selección de trabajos que realicé durante los estudios de moda. Empecé con un estilo más vintage y un poco por lo retro. Actualmente rredirecionando hacia un estilo más underground un poco más vinculado a lo oriental.*

*Contacto:*
*t - 652 599 656*
*e - catalapaula28@gmail.com*





ELECTRIC
FEEL

Electric!seleccionadelnombredelaclásicolíneaparaotoño-invierno2018,compuestapor 12 prendas inspiradas en el futurismo, estilo punk y underground. Estaseleccióneraloscomponentesque21muestrandesegelmentaa(delaten!),yla realización de un prototipo final.












## Índice

Diseño de calzado
Experimentación textil
Editorial de moda
Proyecto de Autor




Miss Milkshake

"MissMilkshake" es una colección calzado que apuesta por un estilo desenfadado, con cierta dosis de sofisticación y un toque de humor. Inspirado en el universo de las chicas yeyé de los años 60, con sus botas altas, sus zapatos de tacón de aguja y sus bailes de twist. Compuesta por botas, botines, sandalias, bailarinas, slingbacks, mocasines y mules.



Pic nic mag

Editorial de moda realizada con tres compañeros inspirada en el Pop Art.
EstilismoPopcomprendaclásicas,sepuedelograrunestilomuychicyfueradelocomún.





Sensei

"Sensei" es el nombre de la colección de 13 looks que fusiona el lado más tradicional de la cultura oriental con el lado más alternativo y paralelo de la cultura underground.















Una ratio apparente emerge dalla
circostanza per cui ogni
fronte[...] un intero di design
[...] Ogni progetto [...] ha
un'origine [...] che spesso
[...] Ogni progetto [...] ha
quasi rappresentato [...] di diversi
[...] Ogni progetto [...] ha
una [...] Ogni progetto [...] ha
[...] Ogni progetto [...] ha
[...] Ogni progetto [...] ha
[

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio è realizzato in formato verticale, si sviluppa su ottanta pagine e contiene nove progetti disposti cronologicamente dal più recente. La copertina è costituita dalla scansione di un disegno a china e acquerello su cartoncino ruvido, una silhouette di donna a mezzo busto con cappello che indossa un outfit azzurro; in alto a sinistra è inserito digitalmente il nome dello studente; di seguito compaiono l'indice e un'introduzione costituita da uno statement, in cui si dichiara la volontà di non descriversi a parole ma attraverso i progetti. Il primo progetto è presentato da una pagina con titolo, foto di mood e anno in cui è stato realizzato; successivamente si trovano un testo descrittivo, alcune foto dello shooting, parole chiave, foto di dettaglio dei punti maglia e dei filati, disegni a mano delle silhouette (anche di quelle non realizzate), schede e disegni tecnici. I progetti successivi sono raccontati in modo simile, equilibrando le diverse tipologie di materiale che descrivono la collezione.

TAVOLO 1. Sul tavolo vengono posizionati immagini di mood, bozzetti, disegni tecnici, dettagli di texture, lavorazioni e foto dello shooting; le schede tecniche sono l'unica tipologia di materiale presente nel portfolio precedente che non compare ora. Le immagini sono suddivise in sette gruppi per tipologia e per affinità cromatica, non per progetto. Le parole chiave descrivono una poca sicurezza nella selezione delle immagini (confusione, disomogeneità, naive), dovuta probabilmente alla novità dell'approccio.
*S25 > Confusione + Disomogeneità + Naive + Fotografia + Referenze*

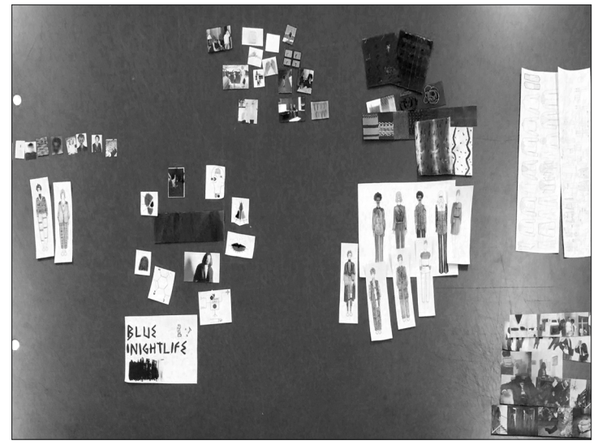
TAVOLO 2. Gli altri studenti selezionano immagini di bozzetti, shooting e, soprattutto, disegni di pattern e illustrazioni. Vengono esclusi schede e disegni tecnici. Rispetto al tavolo precedente e al portfolio iniziale, gli altri soggetti si orientano principalmente sulla capacità illustrativa dell'autore, tralasciando i materiali più tecnici che possono risultare meno personali e identitari. Le parole scritte dagli altri studenti si focalizzano sulle capacità grafiche e illustrative (disegno, cura, miniatura, manualità, precisione, acquarello, pattern); i materiali vengono quindi descritti in modo più chiaro dai soggetti esterni più che dall'autore stesso. Gli altri soggetti percepiscono con chiarezza l'idea di storytelling e identità, specificandolo nelle parole chiave.
*S26 > Cultura + Disegno + Infanzia + Divisione + Certezze*
*S27 > Blu + Fotografie + Pattern + Acquarello + Storytelling*
*S28 > Metodo + Identità + Rigidezza + Manualità + Precisione*
*S29 > Cura + Miniatura + Bianco + Maschera + Errore*

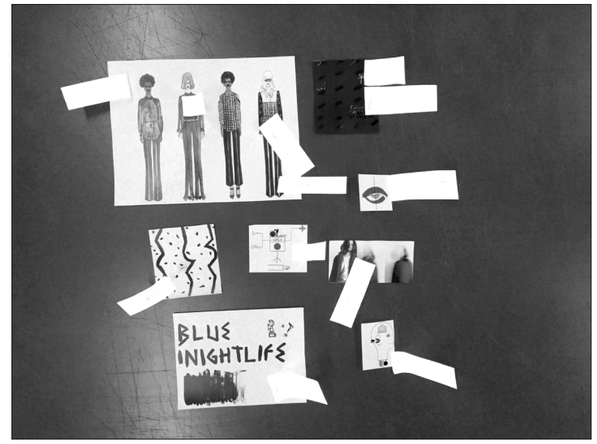
TAVOLO 3. La selezione finale è costituita da cinque gruppi di immagini: illustrazioni, bozzetti, disegni tecnici e due shooting di esiti progettuali. Viene quindi mantenuto un equilibrio tra i diversi elementi del processo progettuale, ma tutto è ordinato in modo grafico e cromatico. Le parole individuate dagli altri condizionano fortemente l'autore e allontanano l'apparente confusione iniziale. Viene evidenziata l'importanza attribuita al processo e al disegno e si riconosce la capacità di sintesi tra i diversi lavori.
*S25 > Processo + Disegno + Sintesi + Inquadrare + Distrarsi*

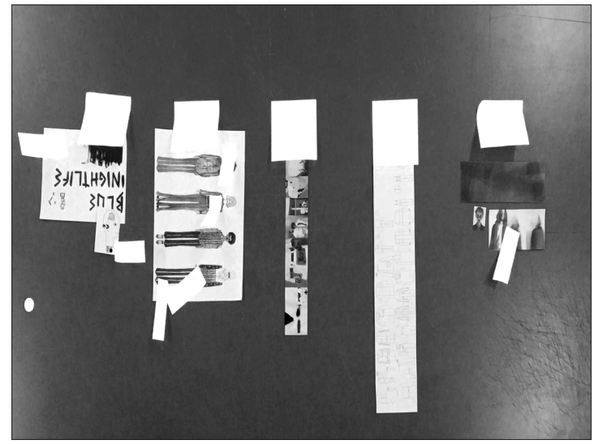
PORTFOLIO FINALE. Il portfolio è realizzato in modo totalmente differente rispetto al precedente e, in generale, rispetto ad altri esempi visti durante l'attività di indagine. È costituito da sei pagine pieghevoli, una introduttiva con il titolo («Keywords Portfolio»), il nome dello studente, un'immagine di mood, una domanda-guida per questo portfolio («Come si impara a progettare?») e l'indice delle altre cinque pagine, ciascuna dedicata a una delle parole chiave scritte alla fine del workshop. Lo studente, infatti, ha deciso di ripartire dagli esiti del workshop per realizzare cinque tavole che descrivano le parole chiave individuate (processo, disegno, sintesi, inquadrare, distrarsi) attraverso immagini di diversi progetti, non più distinti tra loro. Il portfolio è realizzato digitalmente ma assume il pieno significato in forma cartacea: le pagine sono stampate in formato A3 e poi piegate per arrivare a un formato A6, il tutto assemblato da un elastico. A una prima lettura, la piccola brochure appare come una sequenza casuale di illustrazioni, testi, bozzetti, dettagli, shooting, disegni tecnici, che ciascuno può interpretare liberamente; solo togliendo l'elastico e aprendo i fogli, viene attribuita dall'autore una chiave di lettura e si individua un filo conduttore tra le immagini.

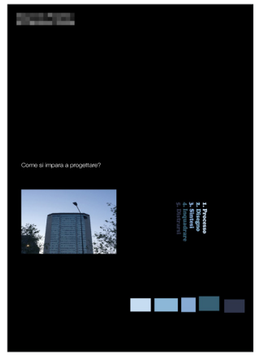


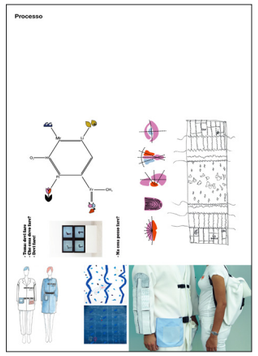




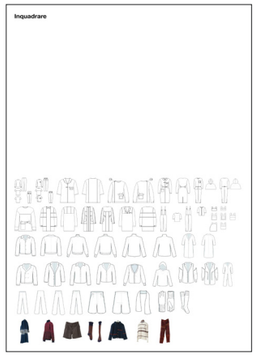



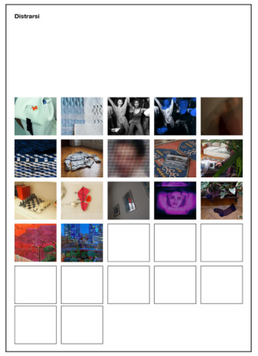

Come si impara a progettare?
1. Processo
2. Disegno
3. Sintesi
4. Inquadrare
5. Distrarsi

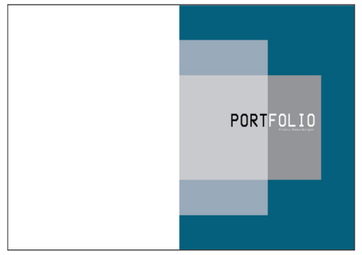

Processo

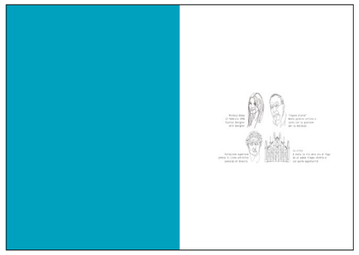

Disegno

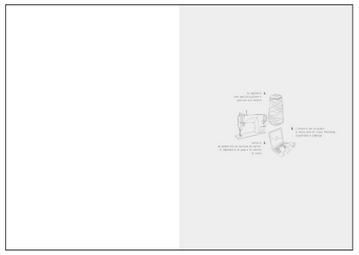

Sintesi


Inquadrare

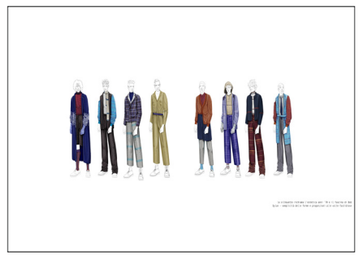

Distrarsi


PORTFOLIO






KNIT DESIGN



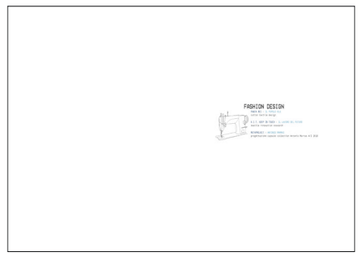






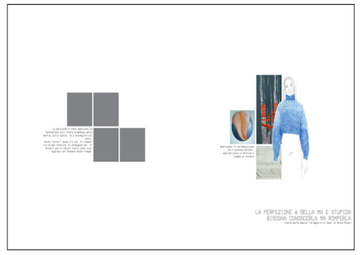

LIGHTN

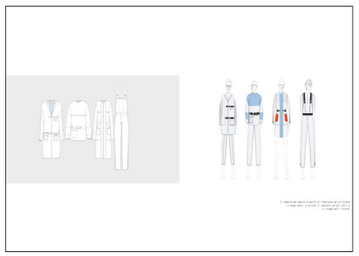


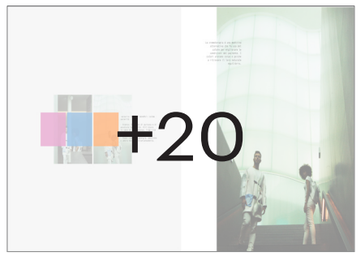

FASHION DESIGN


KEEP IN


SABOTA






+20

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio si sviluppa su circa settanta pagine in formato quadrato; in copertina compare la parola portfolio, con il nome della studentessa a cui aggiunge il termine designer. Due pagine sono dedicate alla presentazione di sé, attraverso alcune illustrazioni e brevi testi che descrivono la formazione precedente, l'importanza di Milano e del nonno per sviluppare la passione per la moda, il particolare interesse per maglieria, sartoria e grafica. Il portfolio è suddiviso in tre sezioni: knit, fashion e graphic design, ciascuna contenente tre o quattro progetti. Ogni progetto è raccontato da un titolo, alcune immagini di mood, un testo di concept, bozzetti, dettagli delle texture, brevi descrizioni tecniche, shooting, schede e disegni tecnici. Alcuni progetti sono trattati in modo più sintetico, mantenendo comunque la varietà dei materiali inseriti e la documentazione dei diversi aspetti progettuali.

TAVOLO 1. Sul tavolo vengono posizionati bozzetti, disegni tecnici, immagini di mood, shooting, foto delle texture e un campione i maglieria; i materiali sono affiancati tra loro senza divisioni, né per progetto né per tipologia. Emerge quindi una visione complessiva del lavoro svolto dalla studentessa, senza distinzione tra progetti differenti. Le parole chiave non sembrano mettere a fuoco un approccio preciso; alcune sono poco chiare (fulmine, causa), le altre dichiarano un interesse per la manualità e una riflessione sul metodo progettuale attraverso la raccolta dei materiali realizzati durante il percorso formativo.
*S26 > Metodo + Raccogliere + Fulmine + Causa + Mano*

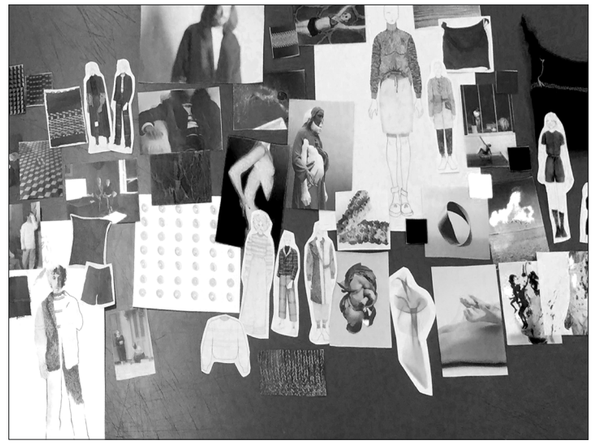
TAVOLO 2. La selezione effettuata dagli altri studenti si concentra su bozzetti, immagini di mood, campione di maglieria e una solo foto di shooting. Vengono così evidenziate le capacità illustrative, la sensibilità cromatica e la tecnica di maglieria. Le parole individuate, infatti, rispecchiano questo punto di vista: compaiono termini quali buon disegno, grafico, palette, tatto, tecnica, colore, illustrazione, matericità.
*S25 > Buon disegno + Grafico + Palette + Concettuale + Ultramoderno*
*S27 > Illustrazione + Morbidezza + Matericità + Palette + Ordine*
*S28 > Dinamicità + Disegno + Tecnica + Praticità + Colore*
*S29 > 70's + Aria + Tatto + Espanso + Pensiero*

TAVOLO 3. La studentessa recepisce il punto di vista esterno e sul tavolo dispone quasi esclusivamente le immagini indicate dagli altri studenti; compare una sola foto di shooting, le altre sono relative a riferimenti iconografici, bozzetti e prove di maglieria. Le parole precisano ora l'interesse, la passione e la sensibilità per gli aspetti manuali e cromatici del progetto di moda.
*S26 > Mano + Colore + Pensiero fluido + Sensibilità + Passione*

PORTFOLIO FINALE. La chiarezza osservata alla fine del workshop si traduce nel portfolio realizzato successivamente, costituito da una copertina bianca sui cui compare solo l'iniziale del nome ripetuta molte volte e cinque doppie pagine, ciascuna dedicata a una parola chiave scritta a conclusione dell'esercizio precedente. La parola «sensibilità» è accompagnata dai volti di amici e colleghi disegnati a mano e da una prova di maglieria, a «mano» è affiancato solamente un campione di maglieria, a «passione» un bozzetto a mano libera e alcune prove cromatiche ad acquerello, a «pensiero fluido» alcune immagini di mood, a «colore» altre prove cromatiche. La versione cartacea presenta diversi supporti e interventi manuali direttamente sui fogli, per ribadire la passione per gli aspetti cromatici, manuali e grafici.

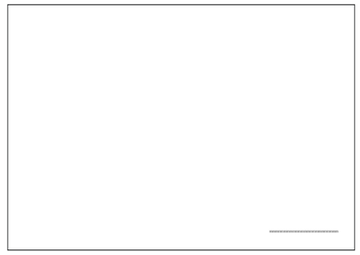


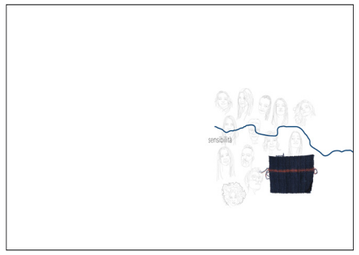






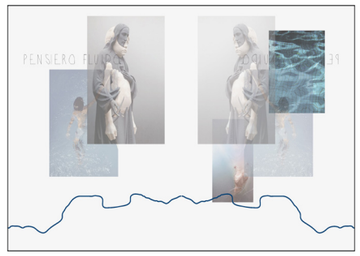


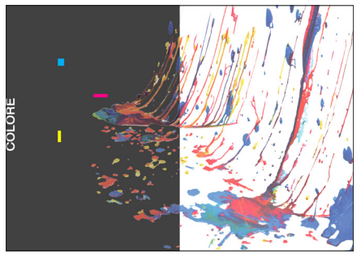


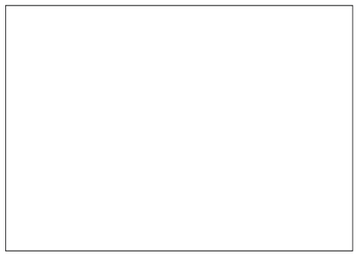

sensibilità

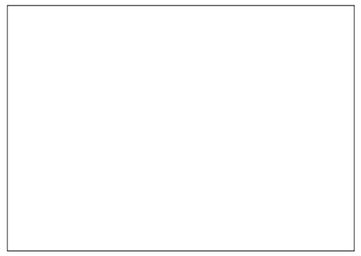

MANO


passione




COLORE











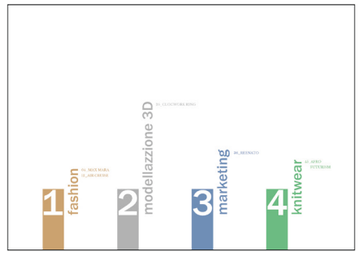


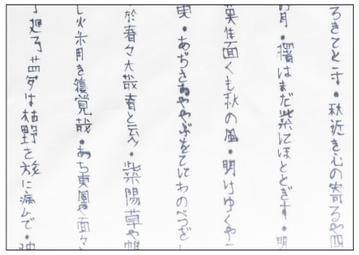


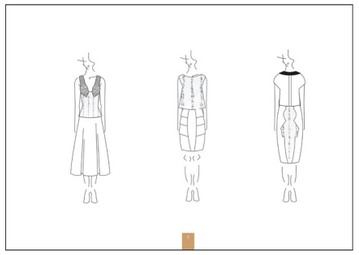







1 fashion
2 modellazzione 3D
3 marketing
4 knitwear














Chloé
DKNY

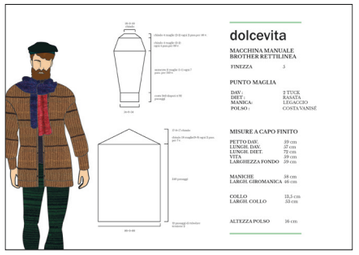



PROGETTO PER MISSONI








dolcevita
MACCHINA MANUALE
BROTHER RETTILINEA
FINEZZA 3
PUNTO MAGLIA
DAV. 2 TUCK
DIET. RASATA
MANICA LEGACCIO
POLSO COSTA VANISE
MISURE A CAPO FINITO
PETTO DAV. 59 cm
LUNGH. DAV. 57 cm
LUNGH. DIET. 75 cm
MANICHE 58 cm
LARGH. GIROMANICA 46 cm
COLLO 13,5 cm
LARGH. COLLO 33 cm
ALTEZZA POLSO 16 cm




+83

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio è suddiviso in quattro sezioni (fashion, modellazione 3D, marketing e knitwear), include undici progetti e si sviluppa in circa cento pagine. I materiali inclusi per il racconto di ogni progetto comprendono mood, testo descrittivo del concept, schizzi progettuali, bozzetti, disegni tecnici, foto di tessuti e campioni di maglieria, schede tecniche, shooting fotografico, documentazione fotografica del work in progress. Il portfolio sembra includere tutti i progetti realizzati durante il corso di laurea triennale, non limitandosi solo ai progetti di fashion design ma inserendo anche quelli di marketing e di modellazione digitale.

TAVOLO 1. Le immagini dei diversi progetti vengono mescolate tra loro e suddivise per tipologia; un gruppo racconta i riferimenti iconografici, un altro documenta i campioni di maglieria sviluppati, il resto unisce bozzetti, disegni tecnici, foto del work in progress e shooting fotografico dei capi realizzati. Le parole chiave si concentrano sul processo progettuale: ricerca, sperimentazione, tecnici, realizzazione.
*S27 > Precisione + Confusione + Staticità + Matericità + Disperso*

TAVOLO 2. La selezione di immagini effettuata dagli altri studenti si concentra sui riferimenti progettuali, sul work in progress, sulle texture e campioni di maglieria e sul servizio fotografico. Le parole si riferiscono da un lato al processo progettuale (ricerca, tecnica, punti, dettaglio, consapevolezza, precisione, mani), dall'altro all'estetica definita attraverso le immagini (ordine, matericità, artigianale, monocolore, semplice).
*S25 > Materico + Artigianale + Semplice + Monocolore + Efficace*
*S26 > Ricerca + Tecnica + Consapevolezza + Linea + Dettaglio*
*S28 > Ricerca + Sperimentazione + Giappone + Tecnici + Realizzazione*
*S29 > Punti + Mani + ? +Angoli + Ordine*

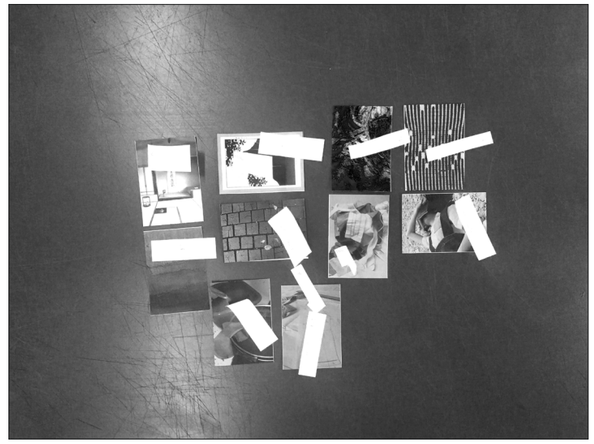
TAVOLO 3. Rispetto alla selezione iniziale, la studentessa si focalizza quasi esclusivamente su immagini di mood, texture e capi realizzati anche se, a differenza della scelta effettuata dagli altri soggetti, introduce nuovamente un bozzetto e un paio di disegni tecnici. Alcune parole chiave coincidono con quelle scritte all'inizio (ricerca, tecnica) e altre derivano dai colleghi (matericità, precisione/confusione), incluso "?" che pone un interrogativo sul lavoro complessivo svolto dall'autrice, una possibile debolezza di identità che necessita ulteriori sviluppi.
*S27 > Ricerca + Tecnica + ? + Matericità + Precisione/Confusione*

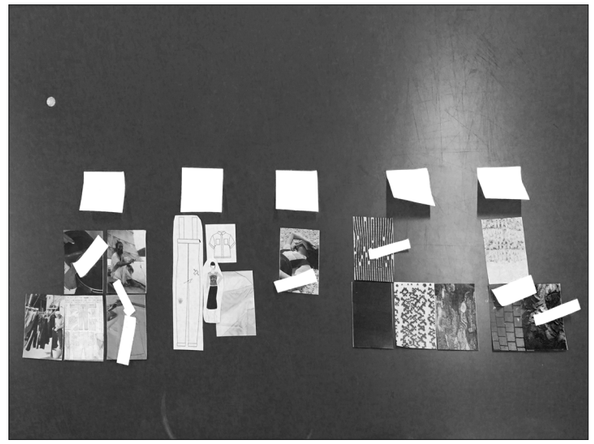
PORTFOLIO FINALE. Il portfolio realizzato successivamente al workshop sembra rispondere al punto interrogativo indicato tra le cinque parole chiave finali: un tentativo di sintesi estrema per definire al meglio le basi che contraddistinguono l'identità dell'autrice. Il portfolio è concepito come foglio unico, su un lato è scritto solo il nome, sull'altro un breve statement accompagnato da un collage di 16 immagini relative a riferimenti iconografici, texture, campioni di maglieria, work in progress, bozzetti, tecnici e shooting. Il portfolio, quindi, viene interpretato come una carta d'identità del progettista che consenta agli interlocutori di assaporare un gusto progettuale e, all'autore, di progredire nel processo di autoconsapevolezza.

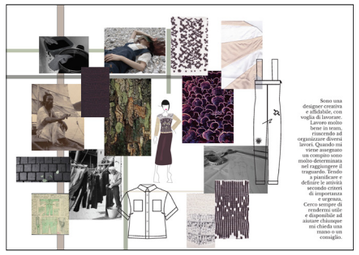












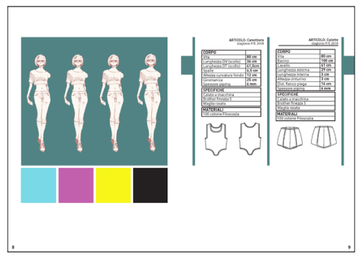
Sono una designer creativa e adoro il mio lavoro di lavorare. Lavoro molto duramente e mi concentro sull organizzare diversi lavori. Quando mi viene assegnato un progetto sono molto determinata nel raggiungere il traguardo. Tendo a pianificare e definire le priorità secondo criteri di importanza e urgenza. Cerco sempre di essere flessibile e disponibile ad aiutare chiunque mi chieda una mano o un consiglio.


"Portfolio"


INTRODUZIONE 4
"Indice"

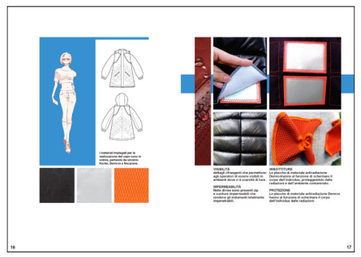

INTRODUZIONE


"A bigger splash"
CREATIVE DIRECTOR GITLMAN
2018 / INTERIEAR


ARTICOLO: Cappotto
Stagione: F/E 2018
CORPO
ARTICOLO: Camicia
Stagione: F/E 2018
TESSUTO
MATERIALI

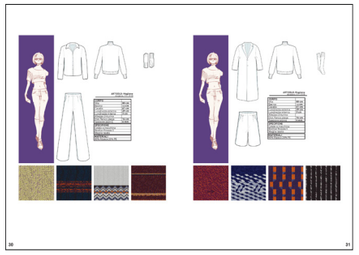

ADDESTRAMENTO

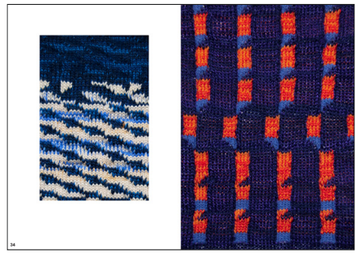

"Rebirth"
2017 CONFEZIONE


VISIBILITÀ
OBIETTIVO

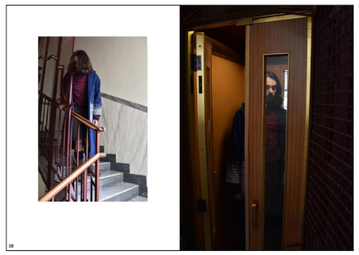



"I'm not here"
SPRING COLLECTION FOR SESSIONI
2018 / INTERIEAR

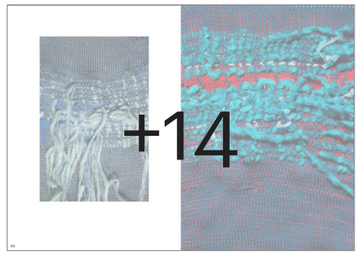

APPAREL Pagina
APPAREL Pagina








"Flower Power"


+14

PORTFOLIO INIZIALE. In copertina, oltre al nome dello studente, compare la parola Portfolio scritta usando gli otto colori che saranno riproposti nell'indice per differenziare gli otto progetti inseriti. Un breve testo biografico è accompagnato da una foto dell'autore. I progetti sono narrati attraverso titolo, anno di realizzazione, categoria a cui appartengono (knitwear, confezione o progetto moda), azienda con cui si è eventualmente collaborato, un testo di concept, alcune immagini di mood, bozzetti, cartella colori, foto dei campioni di maglieria e dei punti utilizzati, schede tecniche, zoom su dettagli e shooting fotografico degli esiti progettuali. I progetti non sono disposti in ordine cronologico e a tutti viene dedicato uno spazio simile.

TAVOLO 1. Lo studente decide di posizionare sul tavolo alcuni pacchetti di immagini, di cui è visibile chiaramente la prima ma a volte anche parti di quelle sottostanti. Vengono selezionate foto di mood, texture di riferimento, campioni di maglieria, bozzetti, scatti dello shooting. I tre progetti vengono tenuti separati tra loro. Le parole chiave individuate sono: armonia, manualità, imprecisione, colore e semplicità, termini un po' vaghi che cercano però di definire un approccio e uno stile progettuale.
*S28 > Armonia + Manualità + Imprecisione + Colore + Semplicità*

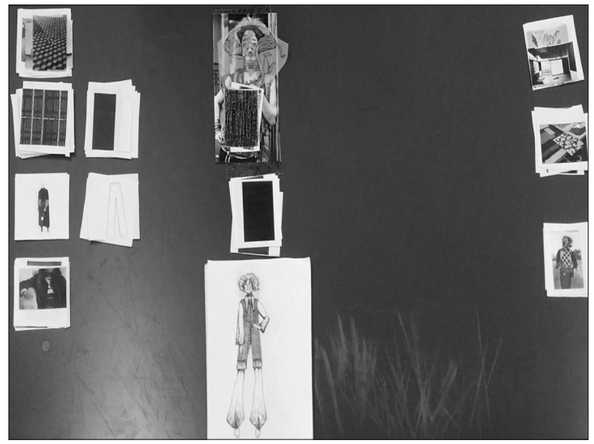
TAVOLO 2. Gli altri studenti selezionano tipologie di immagini simili a quelle dell'autore, orientandosi su bozzetti, riferimenti iconografici, texture e foto dei capi realizzati. Le parole si soffermano su alcuni aspetti estetici (geometria, blu, decorazione, bianco, trasparenza) e altri più legati all'approccio progettuale (ordine, classico, diversità, tempo, calma, occultazione).
*S25 > Ordine + Decorazione + Descrittivo + Occultazione + Classico*
*S26 > Convinzione + Nascondere + Teoria + Divisione + Diversità*
*S27 > Organizzato + Separazione + Bianco + Respiro + Trasparenza*
*S29 > Geometria + Blu + Tempo + Cornice + Calma*

TAVOLO 3. La selezione finale si focalizza nuovamente su mood, texture e shooting fotografico. Le parole riprese tra quelle iniziali sono imprecisione e semplicità, mentre calma e ordine erano tra quelle indicate dai colleghi; infine compare il termine curiosità, che sembra essere un segnale rispetto alla scelta successiva di sperimentare una nuova modalità di portfolio.
*S28 > Ordine + Calma + Curiosità + Semplicità + Imprecisione*

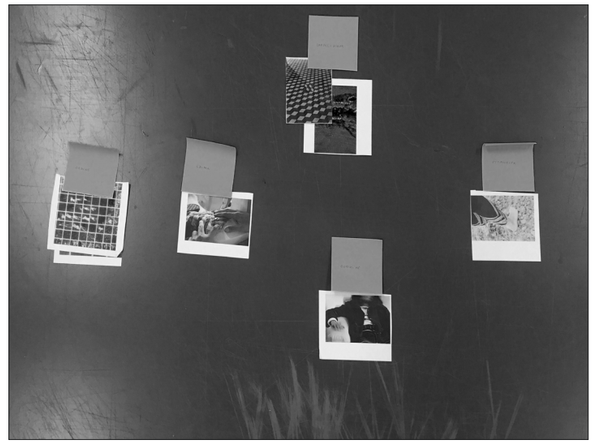
PORTFOLIO FINALE. Il portfolio realizzato in seguito al workshop si trasforma in una sequenza di 5 pagine, una per ogni parola della frase «Hi! My name is Andrea». La prima pagina è rappresentata solo dalla prima parola, scritta in giallo su fondo rosso. Le tre parole successive sono scritte sopra a collage di immagini prese dai diversi progetti: a «My» corrispondono bozzetti, a «name» foto di texture, lavorazioni e campioni di maglieria, a «is» immagini dei diversi shooting realizzati. L'ultima pagina è composta da «Andrea» sopra una foto che ritrae lo studente.

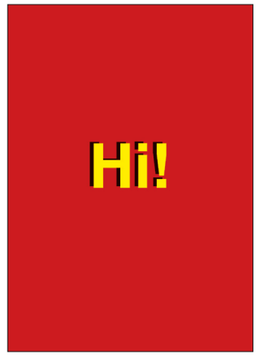


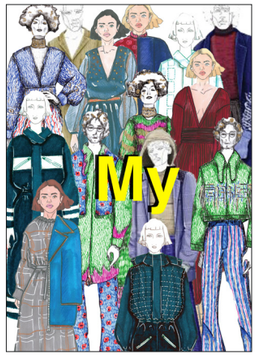








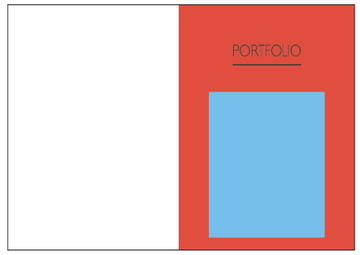

Hi!

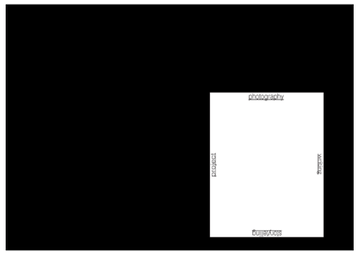

My


name


is


Andrea


PORTFOLIO


photography
styling/diary
projects
resources


CONTENTS


DA DEISEL
IL FAKE È VERO
PIÙ DEL VERO
DEISEL


L'APOLOGIA DEL
CAPPOTTO
CLASSICO O ECCENTRICO?

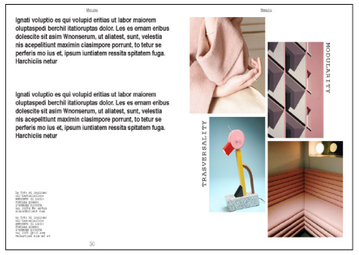


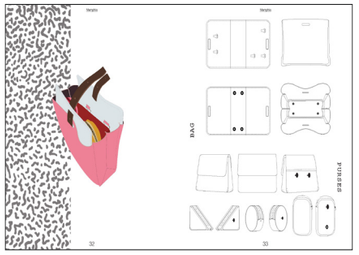

STREETSTYLE:
ITALIANS
DO IT BETTER



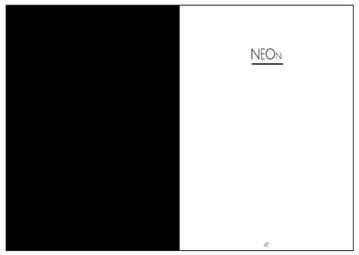


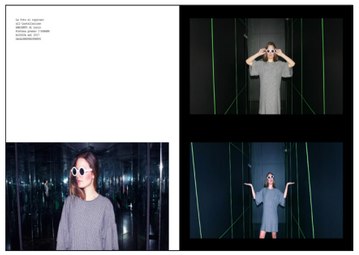

MEMPHIS


TRANSPARALITY
NEOPLASTICISM






NEON




+16

PORTFOLIO INIZIALE. Il portfolio è presentato in una bozza avanzata, con alcune parti ancora da completare, ma l'aspetto complessivo appare definito e chiaro; viene adottato un formato orizzontale e si sviluppa su circa sessanta pagine. In copertina compare solo la parola portfolio, su un fondo a due colori, e poi vengono individuate le quattro sezioni dell'elaborato: photography, writing, storytelling e project, dettagliati in seguito nell'indice. Le prime pagine sono dedicate ad alcuni articoli scritti dalla studentessa, anche se solo per uno sono indicati rivista e data di pubblicazione. Seguono alcuni progetti di borse e accessori, raccontati attraverso titolo, immagini di riferimento, shooting fotografico, bozzetti e disegni tecnici. Infine è presente un progetto fotografico, di cui però non è chiaro il ruolo della studentessa.

TAVOLO 1. La studentessa decide di lavorare durante il workshop su due progetti di borse e accessori e sul progetto fotografico. Sul tavolo i lavori vengono mantenuti separati tra loro e i due di bag design sono raccontati attraverso una varietà di materiali: mood, bozzetti, disegni tecnici e shooting fotografico. L'interesse per gli aspetti fotografici e per i soggetti ritratti viene dichiarato anche dalle parole chiave: luce, ombra, carta e umani.
*S29 > Umani + Luce + Carta + Nuovo + Ombra*

TAVOLO 2. Gli altri studenti escludono dalla selezione bozzetti e disegni tecnici, focalizzando l'interesse verso immagini di shooting e di riferimento, quasi tutte contenenti volti umani. Le parole chiave evidenziano l'interesse per il colore, la fotografia, i volti umani e un atteggiamento estroso e ironico rispetto al progetto di moda.
*S25 > Pop + Diretto + Umano + Superdesign + Youth*
*S26 > Colore + Impulsività + Divisione + Varietà + Amici*
*S27 > Fotografia + Layout ordinato + Divisione + Moodboard + Scritta*
*S28 > Estrosità+ Ilarità + Fantasia + Colore + Ragionamento*

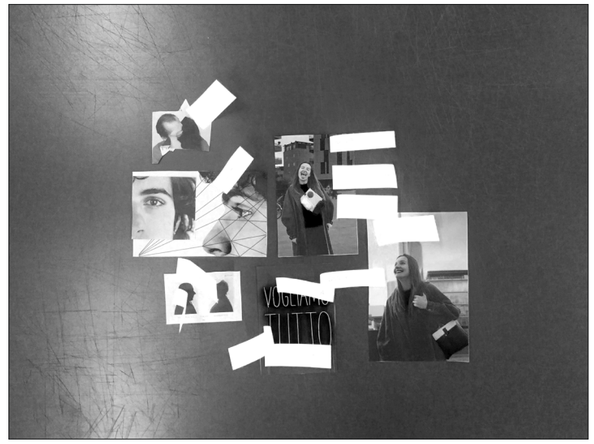
TAVOLO 3. Il tavolo conclusivo assorbe il suggerimento degli altri studenti e appare composto solo da immagini di mood e dai servizi fotografici realizzati. Le parole chiave si distanziano sia rispetto a quelle scritte dalla stessa studentessa inizialmente che dagli altri soggetti. L'unico riferimento comune è l'interesse per i soggetti umani e la parola «impulsività» era stata scritta da un partecipante al workshop; gli altri termini – esigenza, espansione, forma – sembrano voler aprire a nuovi significati rispetto a quelli emersi finora e ridiscutere i temi contenuti nel portfolio.
*S29 > Impulsività + Esigenza + Espansione + Umanità + Forma*

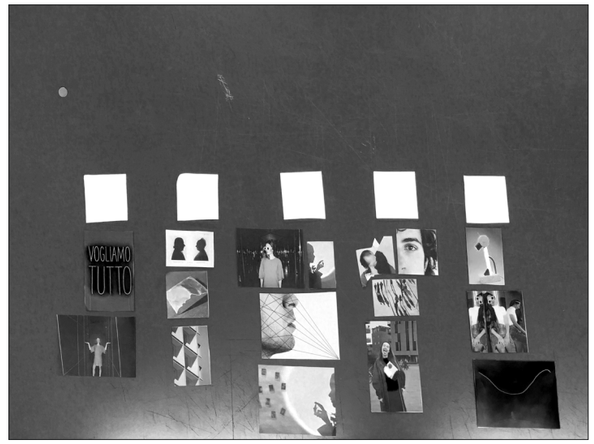
PORTFOLIO FINALE. L'operazione compiuta dalla studentessa è radicale: realizzare un portfolio senza immagini. Il portfolio si trasforma in una narrazione testuale, una sequenza di statement e di brevi sonetti intitolati con le cinque parole chiave scritte alla conclusione del workshop. Le parole mantengono, comunque, anche un ruolo iconografico, come nella Poesia visiva, giocando sulla dimensione del font e sulla disposizione all'interno della pagina.
Nella prima pagina viene suggerito l'approccio a questo portfolio: va letto, guardato, ascoltato, toccato, risposto, conosciuto. Seguono cinque sonetti in rima, intitolati Esigenza, Impulso, Espansione, Umani e Forma (come le cinque parole chiave conclusive) che descrivono l'approccio al progetto dell'autrice. Segue la frase «Io sono in quello che hai letto»; le azioni elencate in apertura vanno quindi traslate dal portfolio all'autrice. La conclusione è affidata a una richiesta: «Don't judge my EGO, I argue with it everyday, I forgive it everyday».









read me,

watch me,

listen me,

taste me,

answer me,

know me

## esigenza

Trasformo in vero
L'idea senza corpo
Non perchè devo
Come fosse sciroppo
Ma perchè è un sogno
E allora disegno
Sul foglio già bianco
Quello che ho in testa
E con aria molesta
Do' vita a un qualcosa
Se nasce una rosa
Conservo le spine
Se nasce letame
Gli pongo una fine.

## impulso

Ad ogni A
Corrisponde B
Ad ogni "mah!"
Corrisponde un "sì!"
Così facendo
Ti chiedi "perchè?"
E se continui
Ne saprai più di me
Non nascondere quindi
La tua prima reazione
Come un bambino
Che prova un aspro limone
Non pensa subito al gin
Come la soluzione.

## espansione

Occupo gli spazi
Come fossi del mercurio
Perchè invece dei palazzi
Tutti dritti e ben fondati
Io desidero dei parchi
Belli ricchi e popolati
Ed averli tutti attorno
A lavorare tutto il giorno
Per creare un po' di O²
E lui si che è da ammirare
Brucia, ossida e fa pensare
Chi altro può dire ora
Che se lui non fosse qui
Non sarebbe un altro dì?

## umani

Si dice in giro che
Ci sia in città un Re
Che ci dica cosa fare
Per non farci più sbagliare
Perchè lui ha le risposte
E noi solo le domande
Ma se vedi bene dentro
Siamo tutti quanti al centro
E sabbene un po' diversi
Non c'è causa per dolersi
Siamo belli al naturale
Come il tonno di Rio Mare
Senza colpe nè difetti
Umani a tutti gli effetti.

## forma

I filosofi mi han detto
Che è il contrario di materia
Ma è propria di ogni oggetto
E, seppur buffa, è cosa seria!
Dare forma a qualcosa
A un'idea capricciosa
È la prima cosa da fare
Quando si vuole progettare
E tener conto delle esigenze
E analizzare le esperienze
E vedere le circostanze
E diminuire le distanze
Tra l'Alaska e la Siberia
Tra la forma e la materia.

Io sono

in quello

che hai letto.

Don't joudge

my

EGO,

I argue

with it

everyday,

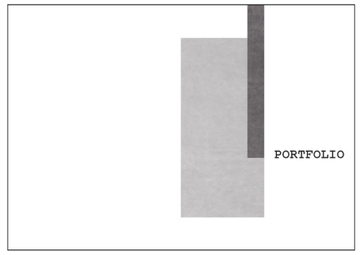
I forgive

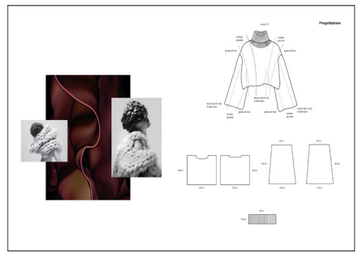
it

everyday.

## 4.4 ATLAS / Workshop ALIUS

S30

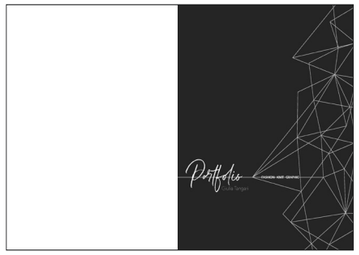


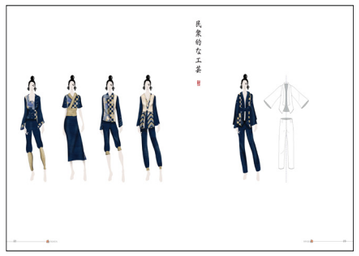








S31








S32

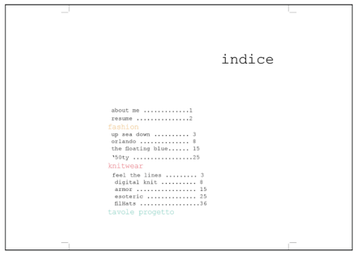






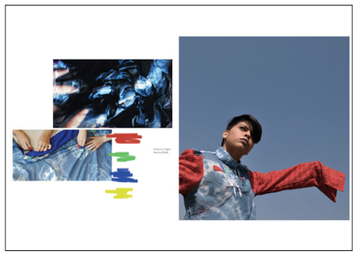



S33





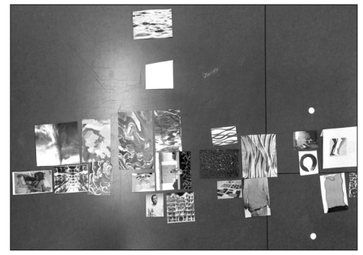


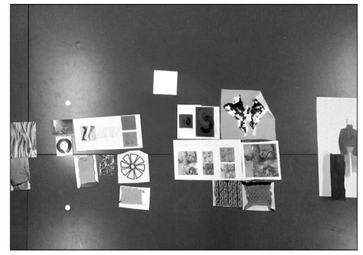



Inizialmente si registra la diffidenza dei soggetti partecipanti, probabilmente per l'aspettativa di effettuare un lavoro in prima persona sul proprio portfolio, un confronto utile a individuarne limiti e pregi per migliorarlo fin da subito. Sollecitando il confronto per iniziare a delineare questa identità fittizia, a partire dal genere, i soggetti – 4 studentesse – dichiarano in accordo che si tratta di una ragazza. La immaginano italiana, con una particolare passione per il saper fare e il Made in Italy, con abilità di storytelling e cura al dettaglio.
Esorto il gruppo a riflettere sul percorso formativo precedente e sull'ambiente culturale in cui è cresciuta; dopo un confronto, si arriva a ipotizzare che provenga da una famiglia di architetti e che sia originaria di una città di provincia del centro Italia, arrivata a Milano per studiare al Politecnico. Viene stabilito che durante il periodo universitario ha vissuto alcune esperienze di studio in Europa, perché interessata all'innovazione e a diversi approcci al progetto. Si decide che si sia diplomata al liceo scientifico e, anche per questo, viva un conflitto tra razionalità e creatività. Ha appreso un preciso metodo progettuale, che le consente di gestire con attenzione ogni fase del processo. È particolarmente interessata alle fasi di ricerca, fondamentale per lo sviluppo progettuale, e al design dei materiali, con una particolare attenzione alla maglieria.
Stimolo il gruppo a riflettere sulle motivazioni che hanno spinto questa studentessa a realizzare il proprio portfolio; emerge che il primo obiettivo è di conoscere la propria identità e di maturare una consapevolezza di sé che le consenta di prepararsi al futuro, di presentarsi agli altri e di raggiungere validi traguardi lavorativi. Viene ipotizzato che sia interessata a ricercare una prima esperienza lavorativa all'interno di un'azienda medio-piccola italiana, più che in un grande brand internazionale, cercando un ruolo all'interno dell'ufficio ricerca o ufficio prodotto, possibili luoghi in cui far dialogare razionalità e creatività. Non è necessariamente interessata a un'azienda di abbigliamento ma potrebbe cercare opportunità anche nella manifattura tessile o nella produzione di filati.
L'identità inventata appare definita e chiedo, quindi, di scrivere 5 parole chiave che possano riassumere gli aspetti delineati. Dal confronto emergono questi termini: tecnica, consapevolezza, concretezza, creatività e ricerca, che rappresentano una buona sintesi delle caratteristiche definite precedentemente.
Chiedo di disporre sul tavolo tutte le immagini che hanno portato, relative a tre progetti di ciascuna di loro. Il passo successivo è selezionare quelle in grado di sviluppare una narrazione efficace e coerente che vada a costituire il portfolio dell'identità appena inventata. Le studentesse iniziano a ragionare sull'impostazione complessiva del portfolio e si decide che le parole chiave possono rappresentare cinque nuclei tematici attorno a cui riunire le immagini più coerenti.
Il gruppo osserva che le parole individuate rappresentano bene il processo progettuale e decide quindi di disporle in un ordine che possa raccontare lo sviluppo di un progetto: ricerca, creatività, tecnica, consapevolezza e concretezza. La selezione delle immagini da includere spazia indistintamente tra i diversi progetti e i diversi autori, si osserva un'interessante presa di distanza di ogni studente dai propri lavori che vengono considerati sullo stesso piano di quelli altrui: l'unico obiettivo appare quello di cercare una coerenza formale e identitaria complessiva. Alla parola «ricerca» si associano alcune immagini di mood e ispirazione per lavorazioni e texture; la «creatività» si configura come una traduzione tra i riferimenti e le sperimentazioni di superfici e campioni di maglieria, che si associano anche a bozzetti e silhouette; la «tecnica» mette in evidenza alcuni disegni tecnici, schede prodotto e disegno di punti maglia; a «consapevolezza» viene associata una line-up di capsule collection, con cartella materiali, colori e pattern oltre a riferimenti tipologici dei capi progettati; la conclusione, affidata al termine «concretezza», si traduce in shooting fotografici affini per impostazione cromatica.
Durante il secondo incontro viene presentata le versione impaginata e definitiva del portfolio. La copertina è lasciata neutra, senza nome, occupata solo da un'immagine di mood che consente di intravedere fin da subito l'attenzione al dettaglio e l'interesse per le superfici. Nella quarta di copertina, invece, le studentesse hanno deciso di inserire i propri nomi. In apparenza l'elaborato è un libro ma, in realtà, si apre a fisarmonica consentendo di ottenere una visione d'insieme delle immagini. Tutto appare molto collegato e fluido, con l'inserimento solo di alcuni spazi che permettono un respiro nella lettura del lavoro; le cinque parole compaiono, in quanto guida utile a comprendere il senso del portfolio. Alcune immagini sono state eliminate perché nella versione definitiva risultavano meno armoniche.

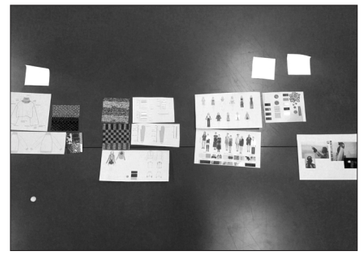


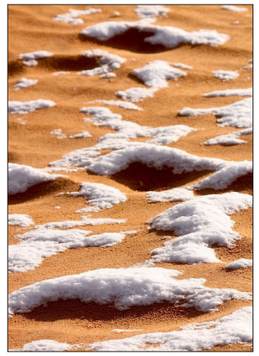




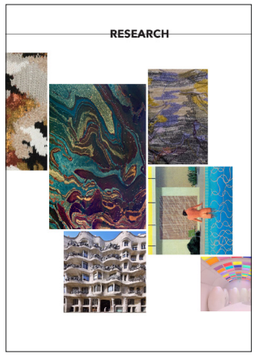











RESEARCH

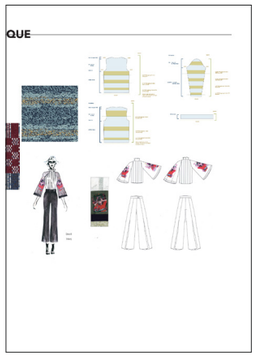





CREATIVITY



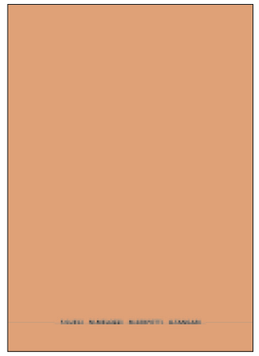

TECHNI


QUE

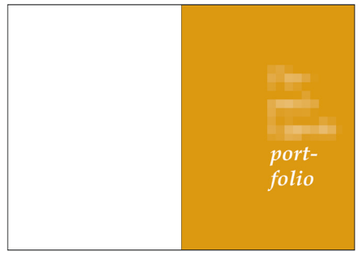



CONSCIOUSNESS AND CONCRETENESS
43
THE WAY WE LIVE NOW





S34







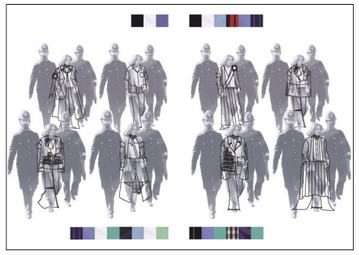




S35





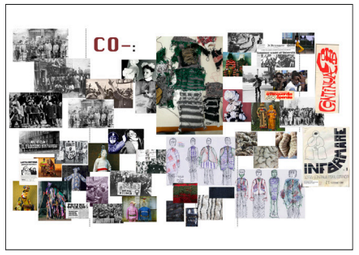





S36





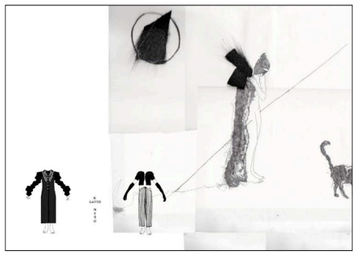



S37







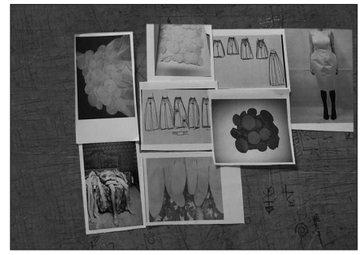
Il gruppo decide di inventare l'identità di una studentessa al secondo anno del corso di laurea magistrale, più grande di un paio d'anni rispetto ai colleghi per un'esperienza vissuta all'estero che ha inciso profondamente sul suo percorso formativo. È nata e cresciuta a Ferrara e i genitori lavorano nella pubblica amministrazione: la madre come insegnante, il padre dipendente comunale. Si diploma al liceo linguistico, dove il suo rendimento è soddisfacente ma senza vere motivazioni e passioni. Il gruppo cerca di immaginarsela in quel contesto e la descrive vestita con maglie tinta unita, jeans e sneakers. Gli studenti sentono l'esigenza di attribuirle un nome, per renderla ancora più tangibile e presente: Emma.
Concluso il liceo, il gruppo la immagina partire per un'esperienza di sei mesi a Budapest, dove è ospitata da amici che vivono lì; durante il soggiorno scopre una passione per la fotografia, iniziando a fotografare compulsivamente volti di persone e sculture. Emma è sempre stata una ragazza molto introversa e a Budapest inizia a conoscersi e capire i propri interessi: questo viaggio la influenza notevolmente, anche se in modo poco consapevole. Durante questa esperienza di sei mesi scopre anche un forte interesse per la moda, osserva che l'abbigliamento è un mezzo per modificarsi, per essere visibili, per comunicare con gli altri.
Al ritorno dall'Ungheria si interroga su quale corso di studi frequentare e si orienta sul corso di laurea triennale dell'Università Iuav di Venezia, che ha scoperto recentemente e di cui le interessa anche la città in cui ha sede; Emma sa di voler iniziare un percorso nella moda senza però capire con che ruolo.
Al test d'ingresso per moda si presenta convinta della propria scelta e appare già – così la definisce il gruppo – «in stile Iuav», intendendo con queste parole un look in apparenza poco curato ma in realtà sofisticato: una camicia maschile bianca a righe sottili, un pantalone classico e anfibi alti neri, tutto acquistato in mercatini o negozi vintage. Una ragazza dai capelli neri, lunghissimi e mossi. Decisa nell'aspetto esteriore ma in realtà ancora fortemente caratterizzata dalla timidezza che l'ha sempre contraddistinta. Durante il colloquio d'ammissione appare un po' insicura, viene spronata dalla commissione e reagisce con determinazione, convincendola e risultando quindi ammessa al corso in design della moda.
All'inizio dell'università non conosce nessuno ma inizia subito a stringere rapporti di amicizia, in particolare con tre compagni di corso a cui si lega molto. I primi due anni del corso di laurea triennale rimane un po' nell'ombra, prosegue ma senza particolare entusiasmo; continua a coltivare la passione per la fotografia, anche realizzando in prima persona gli shooting fotografici dei progetti che realizza e curando con attenzione il proprio profilo Instagram. È molto valida con il digitale, in particolare con i software di disegno e editing fotografico.
Alla conclusione del secondo anno affronta un momento di crisi, non trova soddisfazione in ciò che fa, non ottiene riscontri positivi dai docenti; nella sua classe alcuni studenti sono considerati, più o meno giustamente, molto validi, mentre lei si trova nel gruppo intermedio. Sente l'urgenza di un'esperienza significativa che la stimoli e quindi si concentra sullo stage curricolare da svolgere durante il semestre successivo. Decide di cercare un piccolo brand indipendente, dove poter svolgere ruoli differenti, conoscere diversi aspetti di un'azienda di moda; effettua la sua ricerca a Helsinki e individua un brand di moda e interior design di cui apprezza l'estetica tipicamente scandinava e l'uso di una palette colori ampia e molto equilibrata. La nuova esperienza all'estero si rivela fondamentale; è molto intensa e le consente di rigenerarsi e proiettarsi in avanti. Capisce di essere interessata molto all'estetica, meno al prodotto, all'oggetto in sé; pone particolare attenzione alle fasi di ricerca e alla definizione del mood progettuale.
Al ritorno in Italia per l'ultimo semestre della triennale ha maturato un gusto molto preciso, mentre la modalità progettuale, caratterizzata da uno sguardo che cattura fotogrammi, dal lavoro con collage, sovrapposizioni e accostamenti ironici di mondi diversi, risultava già efficace in precedenza. Durante il laboratorio di accessori sviluppa un progetto che si basa sull'eccesso, realizzando borse che manomettono la funzionalità: sono borse che diventano arredo. Con questa collezione Emma sorprende tutti, sia i docenti che gli altri studenti, dimostrando di essere particolarmente valida e degna di essere osservata con attenzione. All'inizio del percorso formativo il panorama dei suoi riferimenti era molto in linea con quello della scuola, si inseriva in un solco già largamente frequentato; ora si è discostata facendo emergere un gusto molto preciso e differente. Si sente rafforzata perché è consapevole della qualità espressa e si ritiene indipendente e matura; concentra tutta l'attenzione sulla collezione finale, distaccandosi anche dal gruppo di amici più stretti.
Il progetto finale è una collezione donna ma con linee maschili; Emma vuole scatenare una reazione nel pubblico e decide di far sfilare anche le borse realizzate durante il laboratorio precedente.
Per la laurea triennale realizza il suo primo portfolio e attraverso questo si rende conto di aver preso coscienza di sé troppo tardi; capisce che ha bisogno di altri due anni per esprimersi in modo completo e per questo si iscrive al corso di laurea magistrale della stessa università.
Ora sta frequentando il secondo anno e decide di realizzare un nuovo portfolio da inviare alle aziende per uno stage prima della laurea. Vuole costruire un manifesto di se stessa, un'idea multidisciplinare che le consenta di ricoprire diversi profili aziendali; non avendo certezza del ruolo professionale che le interessa ricoprire, preferisce valorizzare le proprie attitudini. Il portfolio la aiuterà a definire la propria identità, dato che dovrà tenere insieme progetti realizzati durante il percorso formativo e, quindi, anche molto diversi tra loro.
Il gruppo individua cinque parole chiave che sintetizzino lo storytelling delineato: eclettica, ironica, estetica, contemporaneità, sofisticata.
Chiedo di disporre sul tavolo tutte le immagini portate, il gruppo inizia a osservare ma nessuno avvia la discussione, anche se sollecitati da me; gli studenti si dichiarano in particolare difficoltà, soprattutto per la diversità dei progetti. Lentamente iniziano a individuarne alcune che dichiarano essere cromaticamente in linea con l'idea che hanno di Emma, ovvero sui toni del rosa, beige e azzurro chiaro; discutono tra loro su come dovrebbe essere l'elaborato finale e viene immaginato come una mappa, una costellazione che documenti varie sfaccettature dell'identità di Emma. A partire dalle prime immagini individuate, il gruppo inizia a comporre un mood, una tavola dove le foto sono selezionate e accostate principalmente sul piano estetico, senza prestare particolare attenzione alla fase del processo o alla tipologia progettuale a cui appartengono; gli studenti cercano un equilibrio estetico tra forme e colori. Alla fine viene selezionata una quarantina di immagini, costituite da riferimenti progettuali, schizzi, texture, teline e, in minima parte, shooting di outfit realizzati.
Il portfolio conclusivo è un foglio in A2, fronte e retro, piegato fino a diventare un formato A4. In copertina compare un collage di immagini che evidenzia una particolare attenzione ai colori, accompagnato dal nome della studentessa e dall'intervallo di tempo a cui si riferiscono i progetti; sul retro è presente uno statement che descrive in prima persona l'approccio al progetto di moda, i riferimenti e, soprattutto, la relazione tra abito e abitare, ulteriormente precisato all'interno. Aprendo il portfolio, infatti, si trova l'indice dei quattro progetti inseriti, anticipati da una dichiarazione che sottolinea come il vestito sia la casa del corpo e la casa sia il vestito della vita che la abita. Ogni progetto infatti, viene presentato come una stanza di una casa ideale: sugli sfondi, che evocano cucina, soggiorno, camera da letto e salotto, vivono collage di immagini di riferimento, disegni, teline e shooting fotografici.





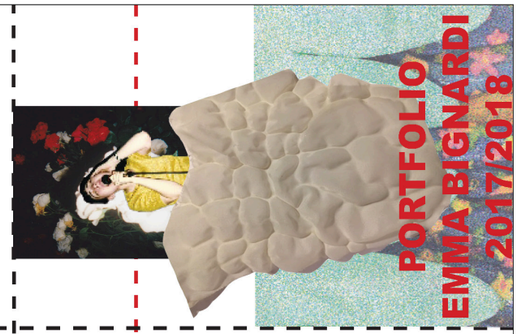








QUANDO MI SONO ACCORTA DEL MIO RAPPORTO CON I VESTITI - HO SCOPERTO CHE ERA MOLTO SIMILE AL MIO RAPPORTO CON LA CASA. - ABITARE E ABITO HANNO LA STESSA RADICE, L'HO IMPARATO A SCUOLA - A VOLTE MI CI RIFUGIAVO - IN ALCUNI CAPPOTTI AD ESEMPIO O IN CERTE GONNE - IL SENSO DI RIFUGIO E' LO STESSO - A UN CERTO PUNTO, QUANDO HO SCOPERTO QUESTA SOMIGLIANZA NELLA MIA TESTA NON HO SAPUTO PIU' DISTINGUERLI - I VESTITI E LE CASE - COSI' NELLA MIA RICERCA PROGETTARE UNO SIGNIFICA PROGETTARE ANCHE L'ALTRO - UNA LINEA DI BORSE E' ANCHE UNA SERIE DI VASI DI ARREDO - NOTTAMBULA E' LA CAMICIA DA NOTTE FATTA COME SE FOSSE UN PIUMONE - L'ERBARIO DI MIA ZIA E' STATO IL PUNTO DI PARTENZA PER UN PROGETTO EDITORIALE - LA NOIA DEL SALOTTO E' LA FRONTIERA INQUIETA PER RIFLETTERE SUL FEMMINISMO E SUL MITO DI GIUDITTA - NON TROVO DIFFERENZA - FRAMMENTI SVARIATI RIFLETTONO DIVERSE FORME - UNA CASA COME UN CALEIDOSCOPIO E' IL VESTITO CHE SEMPRE PROVO A PROGETTARE



PORTFOLIO
EMMA BIGNARDI
2017/2018

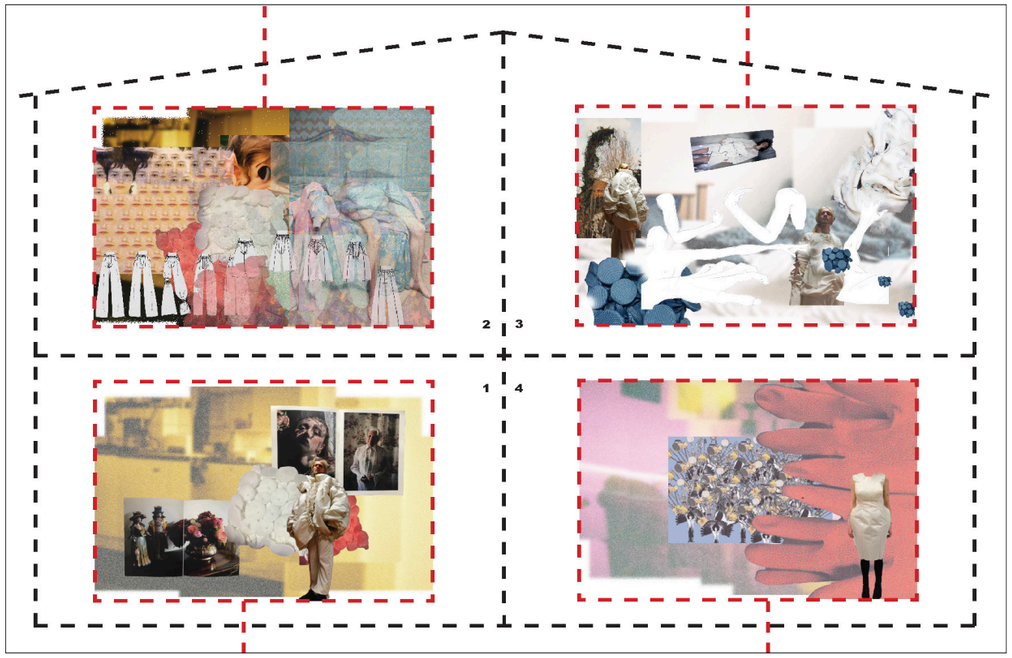
**ABITO-ABITARE: un vestito è la casa del corpo, la casa è il vestito della vita che la abita.**

1. CUCINA: FICUS MACROPHILYLIA,
o l'albero delle streghe
( progetto editoriale, styling e fotografia )

2. SOGGIORNO: TRANSLATION
( progettazione, borsa-vestito )

3. CAMERA DA LETTO: NOTTAMBULA
( progettazione collezione finale )

4. SALOTTO: TAGLIARE LA TESTA
( progettazione )



# 5 SULLA DIDATTICA

Dopo aver analizzato nel dettaglio l'azione di ogni studente e gli elaborati prodotti durante i workshop, si procede ora a intrecciare le diverse esperienze condotte dai partecipanti per individuare approcci simili, differenze, aspetti innovativi e imprevisti. Il ragionamento, di conseguenza, coinvolge anche le esperienze didattiche messe in atto attraverso il lavoro in aula; dopo l'analisi del portfolio degli studenti all'inizio del workshop SELF e il confronto con una modalità differente di narrazione di sé quale il profilo Instagram, risulta interessante concentrarsi sulle evoluzioni compiute durante le attività in aula – visualizzabili nei diversi tavoli di lavoro – e sull'elaborato finale sviluppato dai partecipanti. Questa analisi è supportata dalle osservazioni espresse dagli studenti durante le presentazioni in aula, che chiariscono scelte compiute e nuovi approcci al portfolio.
Per ogni fase delle attività vengono confrontate le azioni dei vari partecipanti, cercando di tracciare modalità comuni, diverse risposte agli input forniti, reazioni simili tra studenti della stessa scuola; nel sottolineare le diverse identità espresse dai singoli progettisti, si cerca di far emergere anche quella del contesto formativo a cui appartengono.

## 5.1 Instagram

Internet, i social network e, in particolare, Instagram rappresentano negli ultimi anni efficaci strumenti per definire e comunicare l'identità di un fashion designer, aspetto confermato nei capitoli precedenti da interviste e focus group; come evidenziato, la reazione istantanea del pubblico che osserva e giudica i contenuti pubblicati trasforma il singolo in un autore collettivo, dotato di un'identità in rete, plurale e polifonica. Instagram ha consolidato la sua efficacia nelle strategie di marketing dei brand, ma rappresenta sempre più uno spazio in cui il progettista può veicolare un'immagine di sé e l'immaginario che caratterizza il proprio lavoro.
Osservando i profili di alcuni tra i più importanti direttori creativi di questo periodo, è evidente come Instagram venga utilizzato in modo molto personale, accurato e progettato; ciascuno lo modella secondo diverse finalità e gli attribuisce un'impronta chiara.[1]
Per alcuni di loro questo social network rappresenta una finestra sulla propria vita, sia personale che professionale, sull'immagine privata di sé che diventa pubblica, come nel caso di Donatella Versace,[2] Riccardo Tisci,[3] direttore creativo di Burberry, Olivier Rousteing,[4] direttore creativo di Balmain,

[1] L'analisi dei profili Instagram è stata effettuata il 16 ottobre 2018. Sono stati considerati i profili personali dei designer, non dei brand per cui lavorano.
[2] @donatella_versace, 3,7 milioni di follower, 741 post.
[3] @riccardotisci17, 2,3 milioni di follower, 5528 post.
[4] @olivier_rousteing, 5 milioni di follower, 5520 post.

Marc Jacobs,[5] direttore creativo di Louis Vuitton fino al 2013 e ora a capo delle proprie linee di abbigliamento, Nicolas Ghesquiere,[6] attuale direttore creativo di Louis Vuitton. Guardando i loro profili, il pubblico ha l'opportunità di vedere momenti della loro vita quotidiana, delle vacanze, della famiglia o di collaborazioni professionali, eventi a cui partecipano, immagini di backstage, comparendo a volte da soli e altre in compagnia di personaggi conosciuti; meno frequenti sono le immagini di collezioni realizzate, sfilate, campagne pubblicitarie e shooting fotografici.
Da altri fashion designer il social network viene utilizzato per mostrare il proprio lavoro, pubblicando soprattutto immagini dei progetti realizzati. Anthony Vaccarello,[7] ad esempio, pubblica quasi esclusivamente immagini di shooting, campagne pubblicitarie e sfilate del marchio Saint Laurent, di cui è direttore creativo dal 2016, optando spesso per il bianco e nero, in linea con l'estetica del brand. Simon Porte Jacquemus,[8] a capo del proprio brand, unisce in un unico caleidoscopio immagini di sé, della propria vita privata, delle vacanze, degli amici, dei riferimenti progettuali, delle collezioni, delle campagne pubblicitarie, della rassegna stampa, delle sfilate; in questo caso c'è una perfetta compenetrazione tra vita privata e professionale.
L'aspetto che ritengo più interessante, però, consiste nell'utilizzo di Instagram da parte di alcuni direttori creativi per mostrare a tutti i propri riferimenti progettuali e l'estetica che ne deriva, come nel caso di Alessandro Michele,[9] direttore creativo di Gucci, Jonathan Anderson,[10] responsabile di Loewe e della propria linea J.W.Anderson, Virgil Abloh,[11] direttore creativo della linea uomo di Louis Vuitton e del proprio brand. I loro profili rivelano le ispirazioni progettuali, si trasformano in un atlante visivo, un moodboard esteso che include paesaggi, architetture, oggetti di design, texture, superfici, dettagli, campiture di colore; le immagini sono intervallate da foto di sé e delle collezioni realizzate, che contribuiscono a rafforzare l'immaginario complessivo. A differenza dei precedenti, questi profili appartengono a designer che sono emersi in modo dirompente negli anni più recenti e che probabilmente hanno la necessità di consolidare e affermare il proprio linguaggio.
Come emerge da questa rapida ricognizione, Instagram può rappresentare oggi, per un fashion designer, un luogo molto efficace in cui raccontarsi e mostrare una propria identità, diventando parte del proprio progetto creativo. Per questi motivi la ricerca sul campo si è estesa all'analisi dei profili Instagram dei 15 studenti coinvolti nel workshop SELF, con l'obiettivo di confrontare il portfolio presentato all'inizio delle attività in aula con l'immagine veicolata attraverso il social network, analizzando le modalità con cui ciascuno utilizza il social network, l'immaginario che viene delineato e i punti di tangenza rispetto al portfolio tradizionale.

[5] @themarcjacobs, 1 milione di follower, 1858 post.
[6] @nicolasghesquere, 736mila follower, 1388 post.
[7] @anthonyvaccarello, 428mila follower, 3791 post.
[8] @jacquemus, 732mila follower, 7047 post.
[9] @lallo25, 415mila follower, 934 post.
[10] @jonathan.anderson, 257mila follower, 435 post.
[11] @virgilabloh, 3,1 milioni di follower, 3161 post.



Lo studio rivela che quasi tutti gli studenti osservati considerano Instagram uno strumento essenziale attraverso cui raccontarsi e comunicare aspetti della propria identità; solo in due casi l'account esiste ma risulta inutilizzato (S18 e S22). Ciascuno modella il profilo in base a ciò che vuole trasmettere, a quanto lo consideri un mezzo per veicolare aspetti della propria dimensione privata e quanto di quella più legata all'essere un progettista della moda. Molto spesso, però, non è possibile individuare un confine tra queste due identità, tutto è intrecciato e vive in simbiosi.
È stato analizzato il nome del profilo e le informazioni di base. Alcuni riportano il nome completo tra le informazioni, ma denominano l'account con uno pseudonimo (S14, S15, S25, S27) o un'abbreviazione (S17, S21, S23); altri agiscono al contrario (S16, S22, S26, S29); altri ancora mantengono sempre lo pseudonimo senza indicare il nome reale (S18, S19) o riportando solo il nome proprio senza cognome (S20, S28).
Alcuni studenti inseriscono il proprio volto come immagine del profilo (S14, S15, S17, S18, S21, S23, S26, S27, S29), gli altri optano per immagini di riferimento (S16, S19, S20, S25, S28) o per il logo del brand (i due profili aziendali di S17 e S21). Tra le informazioni compare la denominazione di fashion designer (S22, S27), brand di abbigliamento (S14, S19), creative director (S17), artista (S21, S26), fashion designer student (S23) o, più poeticamente, flâneur postmoderne (S28). In alcuni casi viene indicata l'università di appartenenza (S14, S15, S17, S25), aggiunto un link ad articoli che presentano la propria collezione (S15, S20, S21) o profili su piattaforme destinate a giovani creativi (S17).
Un altro aspetto da considerare è la frequenza con cui viene aggiornato il profilo. Per mappare questo aspetto, è stata osservata la data di pubblicazione della decima immagine;[12] risulta che questa è stata pubblicata nell'ultimo mese da S16, S28 e S21, nel mese precedente da S14, S15 e S26, negli ultimi quattro mesi da S19, S23 e S27, mentre nel caso degli altri studenti l'aggiornamento del profilo risulta ancora più lento. Per verificare che questo dato non sia condizionato dal periodo in cui è stata effettuata l'analisi, momento di vacanze e quindi di possibile maggiore attività sui social network, è stata osservata anche la data di pubblicazione della ventesima foto, ma il risultato sostanzialmente non cambia. Questo aspetto rivela come per alcuni studenti sia particolarmente importante tenere costantemente aggiornata la propria immagine, implementando con frequenza l'immaginario visualizzato sul proprio profilo e alimentando la fidelizzazione del pubblico; questa è una delle peculiarità di Instagram che, a differenza del portfolio tradizionale, può essere sempre allineato agli interessi e ossessioni del presente, aggiornando assiduamente l'identità in rete dell'autore.
Proseguendo l'analisi dei profili Instagram, si evidenzia che due studentesse hanno attivato sia un profilo personale che uno aziendale. S17 ha denominato il profilo personale con il proprio nome e viene usato come un diario nel quale si intrecciano immagini di progetti, shooting fotografici, pagine del portfolio, selfie e foto del Paese di origine e dei luoghi in cui si trova insie-

[12] L'analisi è stata eseguita il 2 agosto 2018.

me a colleghi, amici e familiari; questo profilo dedica complessivamente più spazio all'immagine dell'autore e ai riferimenti culturali che si traducono nei progetti. Il profilo aziendale è denominato con il nome del brand fondato dalla studentessa con la sorella ed è trattato come un lookbook, documentando esclusivamente i capi realizzati. Più netta è la distinzione operata da S21, che denomina i due account con diverse abbreviazioni del nome, riportando tra le informazioni il nome completo. Sul profilo aziendale vengono pubblicate immagini degli shooting fotografici dei progetti realizzati e informazioni sulla vendita; sul profilo personale, invece, predomina uno spiccato senso narcisistico con foto e selfie intervallati da alcune immagini di mood. In questo caso i due profili sviluppano due aspetti molto diversi di uno stesso immaginario; quello personale è uno specchio nel quale la studentessa si riflette in prima persona, un diario di se stessa, del suo corpo e del suo volto; il profilo del brand, invece, è l'immagine dell'artista (come si definisce nelle informazioni) filtrata attraverso i servizi fotografici dei progetti realizzati.
Alcuni profili Instagram si caratterizzano per una completa integrazione tra dimensione personale e professionale. S15, ad esempio, pubblica indistintamente foto private, selfie, immagini che descrivono il proprio immaginario o il processo progettuale, shooting di capi realizzati. I materiali vengono uniformati dall'autrice attraverso interventi di post-produzione quali tagli e zoom macro dell'oggetto che diventa astratto, deformato ed estraniante. S16, invece, non pubblica alcuna foto che la ritrae né alcun riferimento agli esiti progettuali, evocati solo da foto della versione cartacea del portfolio; le immagini sono astratte e organiche, ritraggono installazioni, sculture, animali e corpi: una raccolta che delinea un paesaggio di riferimenti progettuali. Questo approccio collezionistico emerge anche dal profilo di S14: è una raccolta compulsiva di immagini che vanno a comporre un moodboard, un archivio di oggetti e immagini che definiscono un gusto preciso, integrato con poche e selezionate immagini di progetti realizzati e di selfie. Meno frenetica è invece l'azione di S29, che utilizza l'account come un diario usato con parsimonia nel tempo attraverso la pubblicazione di immagini varie che documentano i riferimenti estetici dell'autrice insieme ad alcune foto di se stessa, da sola o con amici. Più focalizzato sull'immagine fisica della studentessa è il profilo di S23, caratterizzato da numerose foto del proprio volto e corpo, affiancate da ritratti di possibili sosia o muse; un'attenzione esclusiva al corpo femminile, ritratto intero o a mezzobusto, che viene interrotta solo raramente da altre immagini di riferimento e di shooting dei propri lavori. Anche S20 mette in mostra l'immagine di sé, ma indossando i capi realizzati dei propri progetti; queste foto sono intervallate da riferimenti iconografici ed elaborazioni digitali che amplificano il senso estetico e l'immaginario comunicato. Il corpo è centrale anche nel profilo di S19, dove predominano foto e selfie dello studente intervallati da modelle che indossano outfit realizzati dallo studente; emerge una rappresentazione molto chiara e precisa del gusto progettuale dell'autore, senza divagazioni sul contesto di appartenenza o su estetiche non inerenti.
L'unico profilo in cui non compaiono riferimenti alla moda è quello di S28: si ha l'impressione che l'autore sia un InstaTraveller, che pubblica foto di luoghi visitati, paesaggi, architetture d'interni e immagini personali in situazioni di svago. È una mappatura di ciò che il suo sguardo ha catturato e che vuole imprimere nella memoria; come un flâneur postmoderno (come si definisce nelle informazioni) che passeggia per combattere la noia e trovare ispirazione. Il tema del viaggio è presente in modo più o meno evidente anche nei profili di S25, S26 e S27, che però lo ibridano con la moda e pubblicano foto di paesaggi, interni, mostre d'arte e di moda, sperimentazioni di maglieria. S27, inoltre, pubblica temporaneamente come stories tutti i materiali relativi ai propri progetti e li salva poi in categorie che riuniscono video e foto di shooting, lavorazioni di maglieria, riferimenti progettuali, immagini dei book di presentazione dei lavori. L'intento sembra quello di fissare sul profilo un'immagine estetica costruita attraverso luoghi visitati e mostre di moda significative, spingendo poi i follower a scoprire i progetti realizzati all'interno delle categorie di stories create.
L'analisi dei profili Instagram, dunque, mostra una grande varietà di atteggiamenti degli studenti, che lo adattano alle diverse necessità di narrazione di sé, cercando un proprio equilibrio tra dimensione personale e professionale, tra immagini di vita "privata" e "pubblica"; in quasi tutti i casi analizzati, il social network rappresenta uno strumento utilizzato in modo frequente e focalizzato sugli interessi progettuali dell'autore, comunicando l'identità dello studente.

## 5.2 Workshop SELF – portfolio iniziale

La presentazione del portfolio durante il primo incontro del workshop SELF ha consentito di vedere 15 esempi realizzati da studenti provenienti da percorsi formativi diversi e con differenti gradi di consapevolezza della propria identità. Gli elaborati risultano molto diversificati, sia nel progetto grafico che, soprattutto, nella struttura narrativa e nei collegamenti con gli aspetti identitari.
Già dalla copertina sono evidenti vari atteggiamenti: può essere totalmente bianca (S15), con l'aggiunta solo del nome (S17), dell'università di appartenenza (S20), dei propri contatti (S19), degli anni in cui sono stati realizzati i progetti (S18); alcuni inseriscono anche un bozzetto (S25) o un'immagine di riferimento (S19, S20); molti scrivono la parola «portfolio» (S22, S26, S28, S29), a volte accompagnato dall'aggettivo «artistico» (S23) o «personale» (S21). C'è chi tratta la copertina del portfolio come un post di Instagram, in cui compare il nome dello studente, una foto profilo e un'immagine di riferimento (S14).
Da ogni scuola emerge più o meno chiaramente una propria idea di portfolio, alcune caratteristiche comuni agli studenti, anche se ciascuno prova a individuare uno strumento personale per raccontare il proprio percorso e una propria identità. L'idea di un modello condiviso di portfolio è più evidente al Politecnico di Milano, dove il corso seguito dagli studenti produce risultati abbastanza simili tra loro, soprattutto nell'impostazione complessiva; si osserva un equilibrio tra le diverse fasi del processo progettuale con una particolare attenzione agli aspetti tecnici dei capi. La pagina introduttiva di ogni progetto è composta dal titolo, un breve concept e, a volte, immagini di riferimento, a cui seguono bozzetti, foto di tessuti e campioni di maglie-

ria, dettagli tecnici (disegni in piatto, punti maglia, schede prodotto) e foto dei prodotti realizzati. I progetti vengono raccontati secondo le diverse fasi dell'iter seguito e tutte assumono un peso simile all'interno della narrazione, non permettendo al lettore di distinguere in modo evidente gli aspetti che più interessano lo studente. Viene riservata particolare attenzione al progetto grafico complessivo, da cui emerge un chiaro layout, l'uso attento dei colori e la ricerca di un equilibrio tra le immagini. Alcuni suddividono i lavori in base alle diverse tipologie (tessuto, maglieria, accessori), non limitandosi a progetti di moda ma inserendo anche progetti di grafica (S26), modellazione 3D (S27) e scrittura (S29). Molti studenti del PoliMi introducono in apertura una presentazione di sé: uno statement (S25), una foto e poche righe con anno di nascita, lingue parlate e attuale corso di studi (S28), illustrazioni e descrizioni del proprio percorso formativo e delle attitudini progettuali (S26).
All'EASD di Alcoi emerge una maggiore diversità tra i lavori presentati dagli studenti coinvolti nel workshop. Sia S19 che S20 realizzano un portfolio simile a una fanzine, mostrando già in copertina un preciso atteggiamento progettuale attraverso un'immagine di riferimento che bene sintetizza l'estetica complessiva dei lavori che seguono; i progetti vengono descritti con diversi gradi di approfondimento, alcuni più sinteticamente e altri in modo più dettagliato ed esteso con moodboard, scansioni dello sketchbook, disegni della collezione e, soprattutto, shooting fotografico, di cui viene specificato il fotografo e i modelli coinvolti per indossare gli outfit realizzati. Gli studenti si presentano come designer e direttori creativi; cercano di veicolare, attraverso il portfolio, una precisa identità. S21 sviluppa un elaborato abbastanza simile a quello dei due studenti precedenti, ma si distingue per un testo iniziale che racconta il percorso formativo, i designer di riferimento, l'estetica dei propri progetti, i temi che le interessano, cercando di riassumere – come dichiara – la sua «traiettoria accademica e gli obiettivi prefissati». S22 e S23, invece, presentano i progetti in modo molto sintetico, riducendo il portfolio a una decina di pagine; ogni lavoro è raccontato da un testo e poche immagini quasi sempre relative al servizio fotografico; solo in pochi casi vengono inserite foto di riferimenti progettuali, disegni e dettagli di materiali e lavorazioni.
Le diversità osservate all'EASD risultano ancora più evidenti all'Università Iuav di Venezia, dove le differenze riguardano sia i formati che la sequenza dei contenuti e lo sviluppo della narrazione. S15 concepisce il portfolio iniziale come un insieme di cinque brochure di uguale formato, ciascuna dedicata a un unico progetto; le copertine sono bianche, all'interno è riportato il titolo del progetto e, a volte, una breve descrizione del concept. Le immagini documentano soprattutto le fasi iniziali del progetto (ricerca, schizzi, silhouette, materiali, texture, lavorazioni), si susseguono senza rispettare il processo seguito, ma dialogando tra loro sul piano estetico. S17, invece, mette in evidenza quasi esclusivamente gli shooting fotografici, realizzati in studio o all'aperto, riducendo al minimo la presenza di immagini di riferimento e bozzetti; suddivide i progetti tra BA e MA, sottolineando l'evoluzione compiuta durante il percorso formativo. S18 cerca un equilibrio tra le immagini di riferimento e le foto degli esiti progettuali, fotografati in studio; l'indice è realizzato come uno schema in cui si incrociano le tipologie di collezione (tessuto, maglieria e prodotto) e i temi di ispirazione (elementi organici, architettura). Nel caso di S14, invece, si osserva una grande differenza tra la prima parte del portfolio e la seconda; i primi due progetti sono raccontati con un paio di immagini di mood, cartelle colori con descrizione dei tessuti, bozzetti disegnati e colorati a computer, disegni tecnici, il tutto disposto nella pagina con ordine e rigore; gli altri due progetti appaiono da subito più colorati e liberi nell'impaginato, con screenshot da Instagram che fungono da immagini di mood, molte illustrazioni a mano libera dal sapore fumettistico e foto dei capi realizzati. S16 inserisce nel portfolio immagini relative a ogni fase progettuale e le dispone a tutta pagina, senza seguire la sequenza progettuale ma ricercando una narrazione attraverso somiglianze, contrasti, specularità e ripetizioni; quando invece l'immagine non occupa interamente la pagina, si passa a una grande densità di contenuti affiancati e sovrapposti che descrivono simultaneamente il progetto da differenti punti di vista.

## 5.3 Workshop SELF – tavoli

Nella formulazione del workshop SELF si è voluto osservare come ogni studente percepisca se stesso e il proprio lavoro e come si confronti con uno sguardo esterno, modificandosi o rafforzandosi; l'esercizio ha consentito di analizzare le modalità con cui viene strutturata una narrazione a partire dai materiali iconografici di progetti realizzati (identità narrativa), quanto questa sia in grado di entrare in relazione con gli interlocutori (identità sociale), quanto il loro giudizio e commento in diretta influenzi l'autore (identità in rete) e quanto tutto questo lo conduca a un tentativo di modificare ed evolvere paradigmi acquisiti (identità progettuale).
Si è infatti rivelato molto interessante il lavoro eseguito in aula dagli studenti, relativo alla selezione delle immagini da posizionare sul tavolo e alla scrittura delle parole chiave. Nel primo step lo sguardo degli studenti è stato rivolto verso se stessi, poi si è orientato sugli altri e, infine, è ritornato sulla percezione di sé; questi passaggi hanno messo in luce il processo di autoconsapevolezza compiuto dallo studente, guidato anche dalle osservazioni degli altri partecipanti e dalle relazioni attivate. La richiesta di disporre sul tavolo una sequenza di immagini significative per definire un racconto visivo ha costretto lo studente a visualizzare l'insieme dei materiali prodotti, riflettere sulle connessioni possibili, sul percorso compiuto e i temi che lo caratterizzano, per comporre un atlante iconografico delle proprie attitudini progettuali.
Nonostante la richiesta di stampare per il secondo incontro tutti i materiali di tre progetti – immagini singole, non impaginate, relative all'intero iter progettuale – alcuni studenti (S14, S19, S20) hanno portato una selezione, quasi già interamente inclusa nel portfolio iniziale. Pur considerando la possibilità che questo possa dipendere da un atteggiamento pigro o da una non corretta comprensione della richiesta, si è osservato che alcune tipologie di materiali non sono state nemmeno prese in considerazione e che alcune fasi dell'iter progettuale non sono mai state documentate. Questo sembra rispondere all'idea che alcuni studenti abbiano un'idea precostituita di portfolio, da cui non vogliono allontanarsi; la fase di selezione, a volte, non avviene

osservando tutti i materiali prodotti ma si indirizza già su una parte di essi (quasi sempre lo shooting) perché considerata esteticamente superiore e più efficace per raccontare i progetti. In questi casi non si è osservato alcun tentativo o curiosità di riconsiderare il proprio percorso, introducendo diverse chiavi di lettura; questi studenti si caratterizzano per un immaginario molto chiaro che però non sembra poter essere discusso o riletto. S19, ad esempio, dichiara di aver considerato le immagini di un unico progetto, sviluppato durante uno dei laboratori precedenti, perché rappresenta l'origine di tutti gli esiti successivi; lo considera completo, denso di contenuti, includendo temi sviluppati in seguito negli altri progetti. Altri studenti con identità altrettanto chiare, invece, hanno provato a mettere in discussione le certezze acquisite e hanno rivisto il proprio percorso alla scoperta di nuove sfumature. Lo stesso vale per coloro che hanno dichiarato inizialmente di non avere una precisa idea di portfolio e di essersi appena avvicinati a questo strumento, a volte proprio per partecipare al workshop (S22, S23, S27); in questi soggetti si è osservato un bisogno di scoprire la propria identità, di capire come raccontarla e come riconoscersi nell'elaborato finale, nonostante molti dichiarino quanto sia difficile far dialogare progetti diversi, poiché ciascuno di questi ha una propria autonomia. In generale, quindi, sono emersi due problemi: chi dimostra già una consapevolezza della propria identità, fatica a metterla in discussione e cercare nuove modalità di narrazione di sé; chi è alla ricerca di una propria identità, si svincola difficilmente dal racconto dei singoli progetti per individuare una narrazione complessiva.
Alcuni studenti – soprattutto allo Iuav e all'EASD – non hanno presentato grandi cambiamenti tra le tre fasi (portfolio iniziale, lavoro in aula, portfolio finale) e le tipologie di immagini selezionate dallo studente e dagli altri partecipanti al workshop sostanzialmente coincidono; certi studenti si sono orientati sulla documentazione delle fasi iniziali del progetti, riducendo al minimo le foto degli esiti (S15, S20, S23), altri sullo shooting fotografico conclusivo (S17, S21), altri ancora hanno ricercato un equilibrio tra le diverse fasi progettuali (S16, S18, S28).
Tra gli studenti del PoliMi, invece, si è verificato una maggiore influenza della selezione altrui sulla scelta finale delle immagini; in questi casi, il tavolo iniziale ha documentato in modo equilibrato le diverse fasi del processo progettuale, inclusi gli aspetti più tecnici. Gli altri studenti, durante il secondo step, si sono focalizzati su alcuni elementi quali le illustrazioni (S25), prove di colori e maglieria (S26), riferimenti iconografici e shooting fotografici (S26, S29); questi suggerimenti sono stati poi recepiti dall'autore che ha riconosciuto i propri punti di forza e li ha dichiarati nel tavolo conclusivo.
Questa osservazione sul campo dimostra quanto le relazioni che coinvolgono uno studente possano condizionarlo nel suo percorso di definizione dell'identità, aiutandolo a cogliere gli aspetti più caratterizzanti il proprio approccio progettuale e i temi ricorrenti nei lavori sviluppati. Questo emerge anche dalle parole di alcuni partecipanti che, durante il tavolo conclusivo, riflettono sul lavoro svolto durante l'incontro; S18 ad esempio afferma:

> Le immagini scelte dagli altri sono un ottimo riassunto della mia selezione precedente, che era caotica e confusa.



Anche S17 considera confusa la sua selezione iniziale e riconosce l'importanza del punto di vista altrui:

> Ora vedo alcune immagini che non avevo considerato, forse perché sono legata a un modo diverso di vedere questi materiali in relazione tra loro: è un nuovo modo di osservarli.

Il lavoro compiuto durante il workshop può anche aiutare a consolidare le convinzioni iniziali e a questo proposito S16 dichiara:

> Sono state scelte dagli altri alcune immagini che a me non piacciono, che non sento mi appartengano e non rappresentino la mia identità.

La visione esterna nel suo caso non corrisponde alla percezione di sé e, non condividendola, l'autrice rafforza l'idea sulla propria identità.
L'azione sulle immagini sviluppa una riflessione anche sul rapporto tra i diversi progetti all'interno del portfolio; in tutti i portfolio iniziali i lavori sono separati tra loro e disposti in ordine cronologico o tematico, mentre in seguito si osservano alcuni casi in cui questa divisione si annulla e i diversi materiali vengono affiancati per rafforzare un'idea più che preservare l'indipendenza del singolo progetto. Alcuni studenti conservano la distinzione dei progetti durante tutte le fasi del workshop (S14, S17, S19, S22, S23), altri sperimentano una fusione durante il lavoro in aula ma ritornano a una divisione nel portfolio successivo (S20, S21); S18 affianca solo le immagini dei diversi mood progettuali ma tiene separate le foto degli esiti, S28 fonde i progetti esclusivamente nel portfolio finale, altri sperimentano fino in fondo una sintesi tra i diversi lavori ed eliminano ogni distinzione (S15, S16, S25, S26, S27).
Oltre alle immagini, il workshop SELF si è concentrato sull'individuazione di parole chiave in grado di sintetizzare le caratteristiche identitarie dell'autore. Ai soggetti viene richiesta una lettura trasversale delle immagini selezionate, riconoscendo temi e atteggiamenti che caratterizzano i diversi lavori e traducendoli in parole; si tratta di una sintesi che evidenzia gli aspetti significativi e le abilità più sviluppate, arrivando anche ad aggiornare idee di sé precostituite o superate. A questo proposito S18 dichiara:

> L'idea di trovare delle parole per identificare il proprio lavoro e leggere quelle individuate dagli altri nei nostri confronti è molto stimolante, soprattutto per uscire dalle etichette che ci auto-attribuiamo nel descrivere e portare avanti il nostro approccio progettuale.

L'esercizio sulle parole chiave è sicuramente condizionato da riflessioni – più o meno esplicite e consapevoli – sul proprio lavoro; quindi tendono probabilmente a non derivare solamente dall'osservazione del proprio tavolo, ma da una precostituita idea di sé. Anche l'operazione di individuare parole chiave per gli altri studenti è in parte condizionata dalla conoscenza precedente; molto forte tra colleghi di corso, sicuramente più sfumata quanto si tratta di riflettere sui materiali di studenti poco conosciuti. In questo caso, probabilmente, si ottiene il risultato più significativo: osservare per la prima volta una mappa iconografica di progetti realizzati da uno studente e cercare cinque parole che raccontino i temi e le caratteristiche che emergono; tut-

tavia, la visione del portfolio iniziale, le opinioni espresse in precedenza e il modo in cui ci si presenta anche sul piano estetico non possono non condizionare l'idea degli altri studenti.
L'individuazione delle parole chiave si è rivelata più complessa per alcuni studenti del Politecnico di Milano, apparsi più attenti all'impostazione grafica complessiva e all'equilibrio tra le immagini, più che alla loro sintesi in contenuti verbali. L'approccio innovativo, però, si è trasformato in sfida, punto di partenza per sperimentare in totale libertà nuove forme di portfolio, individuando uno strumento pienamente proprio.
Come nel caso del lavoro sulle immagini, il confronto delle parole chiave scritte dall'autore prima e dopo quelle individuate dagli altri partecipanti ha consentito di osservare il grado di corrispondenza o di distanza tra la percezione di sé e lo sguardo esterno. La prima lista redatta da alcuni studenti appare incerta e vaga, inefficace rispetto all'obiettivo richiesto; il confronto con le parole scritte dagli altri aiuta a definire alcuni punti e concentrare l'attenzione su aspetti che si rivelano determinanti e che vengono fissati nell'elenco finale (S22, S23, S25, S26). In molti casi si osserva un'omogeneità tra quanto scritto dallo studente e dal gruppo, anche se spesso l'autore preferisce utilizzare termini scritti da altri per esprimere meglio alcune sfumature del proprio approccio (S15, S17); a volte le parole si concentrano più sull'immaginario complessivo, sui riferimenti progettuali e sull'estetica che emerge (S14, S16, S18), altre più sul messaggio trasmesso (S19, S20, S21). In altre situazioni si osserva una sintonia tra le parole scritte inizialmente dallo studente e quelle individuate in seguito dal gruppo, ma nella selezione conclusiva avviene un cambiamento radicale o l'introduzione di termini che sembrano anticipare la volontà di sperimentare nuove modalità di narrazione di sé; S27, ad esempio, inserisce tra le cinque parole chiave conclusive un punto interrogativo – indicato nel tavolo precedente da una studentessa – che segnala la volontà di riflettere complessivamente sul proprio lavoro e sulla propria identità; S28 include la parola *curiosità* e il portfolio successivo appare come una risposta a questo bisogno di scoperta; S29 modifica tutti i termini durante il tavolo conclusivo, dichiarando la volontà di ridiscutere i temi del portfolio e la sua stessa definizione.
La scrittura finale delle parole chiave avviene, come evidenziato, alla luce della discussione e del contributo degli altri partecipanti e, in molti casi, questi termini traducono il grado di maggiore consapevolezza raggiunto anche grazie allo sguardo esterno su di sé. Interessante, ad esempio, la riflessione di S15:

> Leggendo le parole scritte dagli altri, trovo termini interessanti che probabilmente da sola non sarei mai riuscita a individuare e che sintetizzano sfumature della mia identità. Il confronto verbale durante il workshop mi ha fatto riflettere e modificare l'idea di portfolio che mi ero costruita, fortemente legata a un personale approccio artistico al lavoro; l'ostilità iniziale si è trasformata in curiosità per azioni che rovesciassero l'impostazione classica e cronologica dei lavori.

Le relazioni attivate durante il lavoro in aula, che simulano e intensificano quanto uno studente vive durante il progetto del proprio portfolio all'interno di un ambiente formativo, aiutano lo sviluppo dei processi di autoconsapevolezza e di critica a modelli di portfolio precostituiti o dichiaratamente forniti. Il contesto consente all'individuo di leggersi in modo diverso, di interpretare il proprio lavoro in modo nuovo grazie allo sguardo altrui, di consolidare o mettere in discussione frammenti della propria identità.

## 5.4 Workshop SELF – portfolio finale

Al lavoro in aula è seguito un periodo di circa tre settimane durante le quali gli studenti hanno lavorato a una nuova versione del portfolio, con l'obiettivo di sviluppare un elaborato che fosse espressione della loro identità. Il nuovo elaborato è stato condizionato dall'attività svolta in aula, dalle riflessioni sviluppate attraverso gli input forniti e dalle indicazioni emerse dagli altri partecipanti al workshop.
Prima di entrare nel dettaglio dell'analisi del portfolio conclusivo, è interessante osservare alcuni dati che mettono in luce i cambiamenti avvenuti rispetto a quello presentato inizialmente; nella tabella che segue vengono riportati il numero di pagine del portfolio, l'orientamento, il numero di progetti inseriti, la presenza o meno della data in cui sono stati realizzati, gli elementi presenti in copertina, l'inserimento della biografia dello studente, la presenza di un indice.

| STUDENTE | PAG. | FORMATO | PROGETTI | DATE | COPERTINA | BIOGRAFIA | INDICE | NOTE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| S14 Inizio | 34 | Verticale | 4 | No | Immagine mood + Nome | No | No | |
| S14 Fine | 13 | Orizzontale | 3 | Sì | Nome + "Portfolio" + Periodo progetti + e-mail - Università | No | No | I progetti sono disposti in ordine cronologico dal più recente |
| S15 Inizio | 102 | Verticale | 5 | No | Bianca | No | No | I materiali sono sparsi e non indicano a quale progetto appartengono |
| S15 Fine | 81 | Verticale | * | No | Nome + "Portfolio" | No | No | |
| S16 Inizio | 67 | Verticale | 5 | No | No | No | No | |
| S16 Fine | 6 | Orizzontale | * | No | No | No | No | |
| S17 Inizio | 68 | Verticale | 5 | No | Nome | No | No | |
| S17 Fine | 24 | Orizzontale | 8 | No | No | No | No | |
| S18 Inizio | 40 | Verticale | 4 | No | Nome + "Portfolio" + Periodo progetti | No | Sì | |
| S18 Fine | 10 | Orizzontale | 3 | No | Nome + Indice | No | Sì | |
| S19 Inizio | 69 | Verticale | 5 | No | Immagine mood + Nome + Recapiti | CV + foto | Sì | |
| S19 Fine | 60 | Verticale | 4 | No | Immagine mood + Nome + Recapiti | Statement + foto | Sì | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| S20 Inizio | 61 | Verticale | 4 | No | Immagine mood + "Portfolio" + Nome + Università | CV + foto | Sì | |
| S20 Fine | 51 | Verticale | 4 | No | Immagine mood + Nome + Recapiti | CV | Sì | |
| S21 Inizio | 21 | Orizzontale | 4 | Sì | Nome + "Portfolio" | Statement + foto | No | I progetti sono disposti in ordine cronologico dal meno recente |
| S21 Fine | 36 | Orizzontale | 3 | Sì | Firma + "Portfolio" | Statement + foto | Sì | I progetti sono disposti in ordine cronologico dal più recente |
| S22 Inizio | 24 | Orizzontale | 7 | No | Nome + "Portfolio" | No | Sì | |
| S22 Fine | 12 | Orizzontale | 3 | No | Nome + "Portfolio" | No | Sì | |
| S23 Inizio | 21 | Orizzontale | 8 | Sì | Nome + "Portfolio" | Statement + foto | Sì | I progetti non sono disposti in ordine cronologico |
| S23 Fine | 19 | Orizzontale | 4 | No | Nome + "Portfolio" | Statement + foto | Sì | |
| S25 Inizio | 80 | Verticale | 9 | Sì | Bozzetto + Nome + "Portfolio" | Statement | Sì | I progetti non sono disposti in ordine cronologico |
| S25 Fine | 6 | Misto | ? | No | Immagine mood | No | No | I materiali sono sparsi e non indicano a quale progetto appartengono |
| S26 Inizio | 71 | Quadrato | 10 | No | Nome + "Portfolio" | Illustrazioni e brevi testi | Sì | |
| S26 Fine | 12 | Verticale | ? | No | "mmmmmmmm" | No | No | I materiali sono sparsi e non indicano a quale progetto appartengono |
| S27 Inizio | 99 | Orizzontale | 11 | No | Indice | No | Sì | |
| S27 Fine | 2 | Orizzontale | ? | No | Nome | Statement | No | I materiali sono sparsi e non indicano a quale progetto appartengono |
| S28 Inizio | 65 | Verticale | 8 | Sì | Nome + "Portfolio" | Sì | Sì | I progetti non sono disposti in ordine cronologico |
| S28 Fine | 5 | Verticale | ? | No | "Hi!" | No | No | I materiali sono sparsi e non indicano a quale progetto appartengono |
| S29 Inizio | 63 | Quadrato | ? | No | "Portfolio" | No | Sì | Non è chiaro perchè non è ultimato |
| S29 Fine | 12 | Orizzontale | 0 | No | Testo | No | No | |

In alcuni casi non si registrano cambiamenti significativi tra il portfolio iniziale e quello finale, la struttura rimane pressoché identica e i contenuti molto simili, a volte implementati per descrivere in modo più approfondito il processo progettuale; in altri casi, invece, si manifesta la volontà di modificare la propria idea di portfolio o, addirittura, di rivoluzionarla per trovare la giusta espressione della propria identità. Il risultato più sorprendente è sicuramente arrivato dagli studenti del PoliMi che, partendo da una visione del portfolio molto simile tra loro, arrivano a sviluppare cinque elaborati totalmente diversi e certamente innovativi.
Un primo elemento che si osserva durante l'analisi dei portfolio finali è la



loro lunghezza. Molti, infatti, riducono in modo significativo il numero di pagine, arrivando anche a un unico foglio come nel caso di S27; se in alcuni casi può essere giustificato dalla voglia di eseguire rapidamente le richieste del workshop, in altri si può interpretare come la necessità di sintetizzare la propria identità, di individuarne i fondamenti, i pilastri su cui poggiare il proprio approccio al progetto.
Un altro aspetto che emerge riguarda la tipologia di contenuti inseriti e il peso dedicato alle diverse fasi progettuali. Nel portfolio iniziale molte immagini erano relative allo shooting fotografico che presentava gli esiti dei progetti, a discapito di materiali relativi al processo seguito per raggiungerli. Il lavoro in aula sulle immagini e parole chiave, invece, si sposta molto più sui riferimenti iniziali e sul work in progress, forse perché non viene richiesto un prodotto finito ma qualcosa di aperto che rappresenti l'identità degli studenti; la documentazione del processo creativo sembra essere più intima, più personale e questo traspare anche dalle parole chiave individuate. Alcuni studenti nel portfolio finale riportano l'attenzione sugli esiti progettuali, immagini esteticamente più belle; altri, invece, consolidano l'interesse verso le fasi precedenti cercando un elaborato che documenti l'intero iter, spesso non dividendo i progetti, ma unendo le diverse esperienze in un unico racconto che sintetizzi il proprio approccio al design della moda. Tra gli esempi più stabili durante l'intera durata del workshop appare il lavoro di S19, che decide di non modificare l'impostazione del portfolio iniziale e di riproporre la stessa modalità narrativa; l'identità è fin da subito molto chiara, precisa e definita, ma si avverte anche la volontà di non provare a discuterla: per il lavoro in aula, infatti, vengono portate poche immagini, tutte incluse nel portfolio precedente, non consentendo a se stesso e agli altri di individuare nuovi temi caratterizzanti la propria identità. Anche S23 e S20 non sviluppano significative variazioni tra il portfolio iniziale e finale, anche se decidono in quest'ultimo di inserire alcuni testi introduttivi ai progetti e disegni tecnici che documentino maggiormente l'iter progettuale; per quanto riguarda S20, però, si era osservato durante il workshop uno sguardo più trasversale, una fusione tra progetti diversi da cui emergeva, come filo conduttore, il legame con il corpo e una particolare attenzione al processo progettuale più che agli esiti, aspetto poi scomparso dal portfolio seguente. L'obiettivo di S20 sembra essere quello di mostrare un preciso approccio al progetto e il gusto che lo caratterizza, come emerge dalle sue parole:

> Le diverse tipologie di progetto incluse nel portfolio servono a mostrare sfaccettature della mia identità; il mio obiettivo non è di comunicare solo un prodotto di moda, ma valorizzare processi e risultati ottenuti dalla stessa direzione artistica. Per questo motivo ho deciso di inserire solo una pagina di disegni, dato che il mio obiettivo non è lavorare all'interno di un ufficio stile, ma occuparmi della art direction.

S21 e S22 cercano un maggiore equilibrio tra i diversi elementi del progetto: il portfolio iniziale si è concentrato sugli esiti progettuali, mentre durante il lavoro in aula l'attenzione si è spostata tutta sul processo, attivando immagini di riferimento, bozzetti, collage, campioni di tessuto e brevi slogan; nel portfolio finale viene cercata una sintesi, un equilibrio tra le diverse fasi,

raccontando i progetti attraverso il processo seguito e dedicando la giusta attenzione agli shooting fotografici degli outfit realizzati. S21, inoltre, decide di inserire nel portfolio i link dei fashion film realizzati per presentare le collezione, contribuendo alla riflessione su nuove modalità di narrazione del proprio lavoro.
Simile è l'azione di S17 che, a differenza del portfolio iniziale e del lavoro in aula (dove l'attenzione era quasi totalmente rivolta agli shooting dei progetti), nel portfolio finale inserisce molte immagini di mood, bozzetti, cartelle colori, tessuti, lavorazioni, disegni tecnici; queste diverse tipologie di materiale sono affiancate sulla pagina e messe in relazione come fosse un atlante warburghiano. Viene mantenuta la divisione tra i progetti, invertendo però l'ordine cronologico seguito in quello iniziale, aprendo ora con l'ultimo progetto realizzato. La studentessa dichiara di aver sviluppato l'ultima versione di portfolio a partire dall'immagine che si era delineata nella sua mente alla conclusione dell'incontro in aula grazie al lavoro sui propri materiali e al confronto con gli altri studenti, provando a tradurre quella sensazione attraverso i propri progetti. Anche S18 introduce nel portfolio finale più elementi del processo progettuale, come alcuni disegni tecnici e brevi descrizioni dei capi, che rafforzano il collegamento tra la fase di ricerca e gli esiti; le parole chiave emerse durante il lavoro in aula si trasformano in brevi didascalie e commenti. Questa attenzione è confermata dalla studentessa:

> Ho voluto mettere un accento sul processo creativo, prima poco leggile o inesistente. Mi sono quindi ritrovata a ricostruire a posteriori le fasi dell'iter progettuale a partire dall'esito; si è trattato di una sorta di progettazione inversa. Ho cercato di sviluppare un unico racconto tra i diversi progetti, mantenendoli separati ma comunicando l'idea di un immaginario comune; per questo ho inserito un unico mood che potesse legarsi a tutti i progetti.

Particolarmente importante, in questo caso, la dichiarazione che alcuni materiali sono stati realizzati ex novo per il portfolio, in modo da valorizzare il processo creativo.
A differenza di quanto analizzato finora, S14 presenta una versione completamente diversa rispetto al portfolio iniziale; nonostante il lavoro in aula fosse apparso limitato per la scarsità di immagini portate e per la loro poca varietà, l'elaborato successivo rappresenta il tentativo di dare forma a quanto lo studente dichiara:

> Ho cambiato totalmente l'idea che avevo sul portfolio dopo il lavoro in aula. Pur ritenendomi soddisfatto del portfolio che avevo realizzato precedentemente, ho provato a cambiare impostazione e realizzare un elaborato che potesse risultare più adatto per le aziende italiane, maggiormente descrittivo delle mie competenze. Ho abbandonato l'ordine cronologico e mescolato le diverse esperienze. Prima pensavo al portfolio come una sintesi di tutta la mia estetica, di tutto il mio mondo, ma credo non debba essere sempre così: può essere concepito come un palinsesto da riempire, un documento più neutro che descriva alcune competenze.

Il portfolio presenta quasi esclusivamente immagini dello shooting conclusivo di alcuni progetti, accompagnato da poche immagini di mood e bozzetti; il primo lavoro presentato è l'esperienza di un tirocinio svolto presso un marchio internazionale, che dimostra la volontà di mostrare competenze



professionali acquisite anche all'interno di un'azienda e non solo in ambito universitario.
Ancora più evidente l'evoluzione compiuta da S15, non tanto sui contenuti – che descrivono soprattutto le fasi iniziali del progetto (ricerca, tessuti, lavorazioni, bozzetti, dettagli tecnici, work in progress) – ma sulla loro sequenza: nel portfolio iniziale i progetti sono separati in brochure indipendenti, in quello conclusivo si fondono in un racconto unitario, un macro progetto in cui le immagini si affiancano per descrivere l'approccio dell'autrice nelle diverse fasi del processo. Analizzando l'operazione compiuta, la studentessa dichiara:

> Ho raggruppato materiali omogenei di lavori diversi cercando di ottenere un unico progetto complesso; ho individuato alcuni elementi che potessero aiutare la connessione. Lo considero un documento aperto, che può essere integrato con i nuovi materiali che produrrò durante le prossime esperienze progettuali. Considero un limite il racconto separato dei diversi progetti, anche se capisco che per alcuni è un modo per evidenziare la crescita. Questo risultato non è solo la raccolta delle esperienze progettuali passate, ma è anche l'input per le prossime.

Va sottolineata l'apertura verso le esperienze future: il portfolio non è pensato solo come raccolta di progetti conclusi, ma anche come input per sviluppare i prossimi. L'eliminazione di ogni divisione tra progetti si verifica anche nel caso di S16, che lavora sulla sintesi riducendo il portfolio a solo sei pagine; pur non esplicitato, ogni pagina sembra esprimere un concetto preciso e appare come la traduzione iconografica di una delle parole chiave individuate durante il lavoro in aula. L'importanza di questo esercizio è dichiarato dalla studentessa:

> L'uso delle parole chiave e la suddivisione delle immagini secondo quei temi mi ha permesso di capire i passaggi che ripeto in ogni laboratorio, sia a livello di ricerca iconografica che di gesti progettuali. Analizzare tutto il materiale di fronte ai propri occhi costringe invece a prendere atto di collegamenti che fino a quel momento vengono ignorati. Ho eliminato ogni distinzione tra immagini di riferimento e esiti progettuali. È stato un lavoro sulle mie ossessioni, sui miei riferimenti, sulla mia identità.

Le maggiori evoluzioni, però, si registrano tra gli studenti del Politecnico di Milano; quasi tutti strutturano il nuovo portfolio attorno alle cinque parole chiave scritte alla conclusione del lavoro in aula, dimostrando l'importanza di quell'esercizio per la loro evoluzione.
S26 presenta un portfolio costituito da cinque doppie pagine, ciascuna dedicata a una parola chiave, in cui compaiono volti di amici e colleghi disegnati a mano, campioni di maglieria, bozzetti, immagini di mood, prove cromatiche; viene presentato in versione cartacea, con diversi supporti e interventi manuali direttamente sui fogli. La studentessa riconosce l'importanza della riflessione effettuata per identificare le parole chiave:

> Ho iniziato dalle parole chiave perché si sono rivelate una modalità molto efficace per chiarirmi le idee e capire meglio la mia identità. Penso che questi termini possano trasformarsi in temi da sviluppare nei prossimi progetti.

Le parole chiave diventano momento di sintesi ma, allo stesso tempo, nuovi

input progettuali. Anche S25 riparte dagli esiti del lavoro in aula e struttura un portfolio costituito da una sequenza di cinque tavole in formato A3 più una introduttiva, che raccontano le parole chiave individuate attraverso immagini di diversi progetti non più distinti tra loro. Le pagine sono stampate, piegate per arrivare a un formato A6 e tenute insieme da un elastico; si forma una piccola brochure che appare come una sequenza casuale di immagini che ciascuno può interpretare liberamente ma, togliendo l'elastico e aprendo i fogli, si manifesta il significato individuato dall'autore. Lo studente analizza con queste parole il proprio elaborato:

> Ho sviluppato il portfolio a partire dalle parole chiave e, soprattutto, dalla sensazione che gli altri studenti avessero idee di me confuse e diverse tra loro. Per questo motivo ho deciso di produrre un oggetto che creasse confusione, almeno in apparenza. Sfogliando questa brochure in formato A6 si incontra una sequenza di immagini senza un filo conduttore e senza un ordine chiaro: ciascuno può quindi sviluppare liberamente una propria opinione sul mio lavoro. Aprendo la brochure, però, i fogli si trasformano in A3 e si trova un senso, un messaggio grazie alle parole chiave. Penso che questo risultato rappresenti bene la mia personalità e possa diventare uno strumento da ampliare costantemente; non credo sia solo una sintesi dei progetti realizzati ma possa trasformarsi in un input per progetti futuri.

L'operazione di S28 si concentra in modo evidente sulla propria identità, su se stesso. Il portfolio è una sequenza di cinque pagine, una per ogni parole della frase «Hi! My name is Andrea». La prima pagina è costituita da «Hi!», scritto in giallo su fondo rosso. Le tre parole successive sono posizionate sopra a collage di immagini prese dai diversi progetti: una pagina con i bozzetti, una con le texture, la terza con foto di shooting. L'ultima pagina riporta il nome dello studente sopra a una foto che lo ritrae. Lo studente dichiara:

> Avevo la necessità di uno strumento breve e compatto. Ho voluto far capire cosa so fare, la mia personalità, la mia identità. Vorrei inserirlo nelle prime pagine del portfolio, una sintesi tra indice e presentazione personale.

S28 appare consapevole che l'elaborato realizzato non può essere considerato pienamente un portfolio, ma sottolinea la sua necessità di produrre un estratto della propria identità e fissarlo su carta.
Una sintesi ancora più radicale viene ottenuta da S27; come anticipato dal punto interrogativo posto tra le parole chiave scritte a conclusione del lavoro in aula, la studentessa riflette sulla modalità di narrazione di sé e il portfolio successivo si trasforma in una carta di identità progettuale, un tentativo di sintesi estrema per definire al meglio i fondamenti che la contraddistinguono. È un foglio unico, da un lato viene indicato solo il nome, dall'altro un breve statement accompagnato da un collage di sedici immagini relative a riferimenti iconografici, texture, campioni di maglieria, work in progress, bozzetti e shooting. Il portfolio si trasforma, quindi, in una tavola dei riferimenti che aiuta l'autrice a progredire nel processo di autoconsapevolezza e condensare il proprio immaginario in poche immagini.
L'ultimo lavoro appartiene a S29, che lo presenta con queste parole:

> Ho cercato di essere totalmente libera durante questo esercizio. Il portfolio è uno strumento egoistico e totalmente autoreferenziale, ma necessario. Non volevo comunicare solo il progetto di moda, ma la mia modalità progettuale complessiva.



L'operazione compiuta dalla studentessa è radicale: realizzare un portfolio senza immagini, trasformandolo in una narrazione testuale, una sequenza di statement e brevi sonetti in rima intitolati con le cinque parole chiave scritte alla conclusione del workshop. Le parole mantengono, tuttavia, un ruolo estetico, come nella Poesia visiva, attraverso un lavoro sul font e sulla disposizione all'interno della pagina.
Il workshop SELF ha consentito di osservare una notevole varietà di approcci al portfolio e importanti evoluzioni, durante le diverse fasi del lavoro, anche grazie al confronto con gli altri partecipanti. È stato così possibile osservare il modo in cui le diverse identità degli studenti (narrativa, sociale, in rete e progettuale) sono emerse ed evolute, confluendo all'interno del portfolio. Alcuni studenti si sono contraddistinti per una maggiore stabilità tra il portfolio iniziale, il lavoro in aula e l'elaborato conclusivo, raccontandosi in modo molto simile e con l'introduzione minima di nuovi contenuti. Altri hanno provato a manipolare in modo più deciso i materiali dei propri progetti, cercando una lettura trasversale dei temi ricorrenti e, in alcuni casi, arrivando a fondere i diversi lavori in un macro racconto. Esiti ancora più sorprendenti sono derivati da studenti che hanno ripensato completamente il portfolio, riducendolo a un'unica pagina, realizzandolo attraverso tavole iconografiche incentrate sulle parole chiave individuate durante il lavoro in aula o eliminando tutte le immagini e sostituendole con sonetti in rima.

## 5.5 Workshop ALIUS

Uno dei maggiori limiti riscontrati durante il workshop SELF è stata la difficoltà degli studenti a escludere contenuti, ad abbandonare immagini non realmente necessarie alla narrazione ma a cui erano legati da quel vincolo che unisce un progettista ai propri lavori; non riconoscersi più in un progetto realizzato significa tagliare quel legame e superare una fase del proprio percorso.
Per questo motivo, il workshop ALIUS ha spostato l'attenzione da se stessi verso una proiezione esterna, un'identità altra da inventare, definire e raccontare collettivamente attraverso un portfolio. La negoziazione tra i soggetti componenti il gruppo di lavoro ha delineato un preciso profilo identitario e, tra tutte le immagini dei progetti realizzati dagli studenti, sono state individuate quelle in grado di strutturare uno storytelling visivo aderente all'identità inventata. Questo esercizio ha quindi costretto ad annullare il legame emotivo con i propri progetti e a operare in modo più neutro per un obiettivo comune.
All'Università Iuav di Venezia gli studenti sono apparsi da subito molto interessati alla creazione di uno storytelling verbale che definisse una nuova identità, dettagliandola in modo molto preciso e arrivando anche ad attribuirle un nome; questa prima fase di lavoro si è prolungata per un tempo maggiore di quanto previsto, a causa della necessità del gruppo di riflettere attentamente sulla storia che si veniva a definire. Il gruppo del Politecnico di Milano, invece, è apparso inizialmente molto più diffidente a causa dell'ap-

proccio inedito e dell'aspettativa di effettuare un lavoro in prima persona sul proprio portfolio, un confronto utile a individuarne limiti e pregi. Con l'avvio del confronto, tuttavia, il gruppo è stato in grado di definire uno storytelling e costruire un'identità in modo abbastanza agile e veloce.
Come evidenziato, il gruppo dello Iuav ha impiegato molto più tempo per la creazione dello storytelling, circa il triplo rispetto a quello del PoliMi; da un lato questo è giustificabile con una maggiore propensione, soprattutto da parte di un componente del gruppo Iuav, alla forma verbale e alla scrittura di una narrazione complessa e articolata, che richiede tempi più lunghi di riflessione. L'altro aspetto però da considerare è la composizione del gruppo e il tempo quindi necessario alla sintesi: allo Iuav il gruppo era composto da studenti del corso di laurea magistrale con percorsi formativi molto diversi, sia provenienti dalla triennale Iuav che da altre università, non solo nell'ambito del design della moda, con obiettivi professionali differenti; ogni studente, di conseguenza, ha cercato di essere parte di questa nuova identità, di avvicinarla a sé, di riconoscersi, di specchiarsi. Al Politecnico di Milano il gruppo si è dimostrato più compatto, più uniforme, con ambizioni lavorative affini. Per questo, forse, è stato più rapido nel delineare una figura che soddisfacesse tutto il gruppo.
L'individuazione delle cinque parole chiave, sintesi delle caratteristiche dell'identità inventata, è risultata abbastanza agevole da parte di entrambi i gruppi, ma il ruolo di questi termini durante lo sviluppo successivo è stato differente: il gruppo del PoliMi ha deciso di utilizzarli per rappresentare cinque nuclei tematici attorno a cui riunire le immagini più coerenti, quello dello Iuav li ha mantenuti sullo sfondo della discussione senza includerle in modo evidente nel portfolio.
La selezione delle immagini da includere nel portfolio è apparsa più semplice per il gruppo del PoliMi, molto più lenta e difficile allo Iuav, soprattutto nella fase iniziale. Nel primo caso è stato chiaro fin da subito l'obiettivo del portfolio, ovvero la necessità di narrare identità e competenze attraverso le diverse fasi del processo progettuale e con la guida delle parole chiave individuate in precedenza, allo scopo di candidarsi per un tirocinio all'interno di una piccola azienda di moda italiana; per questo motivo, quindi, il gruppo ha suddiviso il portfolio in cinque momenti che caratterizzano l'iter progettuale e ha individuato quelle immagini che meglio descrivono ogni fase. La facilità di azione è derivata anche dal fatto che i componenti del gruppo avessero modalità progettuali molto simili tra loro, a causa di un'impostazione didattica che agisce molto sul processo.
Allo Iuav, invece, il gruppo ha voluto definire un manifesto dell'identità inventata, una mappa iconografica che ne descrivesse le diverse sfumature. Il principale ostacolo iniziale è consistito nell'individuazione di un primo nucleo di immagini che potesse poi essere ampliato e affiancato da altre, dato che l'immaginario dei quattro studenti risultava essere molto contrastante; il gruppo ha quindi deciso di ragionare sul colore, su un gusto cromatico che potesse derivare dallo storytelling delineato, individuando le prime immagini. Il passo successivo è consistito nell'ampliamento di questo nucleo iniziale attraverso un equilibrio estetico tra le immagini, tra le forme, i colori, le texture: lo storytelling sembra quindi aver permesso agli studenti di visualizzare nella propria mente l'identità inventata e la mappa iconografica l'ha resa tangibile; l'unica parola chiave ricordata durante questa fase è stata «eclettica», quasi a giustificare l'eterogeneità dei materiali e dei progetti. Anche se non appare una scelta consapevole e dichiarata, il gruppo ha preferito delineare l'identità di Emma – questo il nome attribuito all'ipotetica studentessa – attraverso immagini delle prime fasi progettuali, senza arrivare agli esiti che l'avrebbero caratterizzata in maniera eccessiva, legandola troppo a uno specifico studente del gruppo.
In entrambi i gruppi si è osservato che la selezione delle immagini da includere è spaziata indistintamente tra i diversi progetti e i diversi autori, con una presa di distanza di ogni studente dai propri lavori, considerati sullo stesso piano di quelli altrui: l'unico obiettivo è apparso quello di cercare una coerenza formale e identitaria complessiva. Nella fase di selezione delle immagini è emersa una maggiore abitudine da parte degli studenti del PoliMi a lavorare in gruppo, a negoziare e collaborare per giungere a un risultato; l'atteggiamento degli studenti Iuav è stato, in parte, più individualista, caratterizzato da un leader che traina il gruppo, più che da un confronto collettivo alla pari.
Dopo tre settimane è stata presentata la versione impaginata e stampata del portfolio. Nella versione del Politecnico di Milano la copertina è lasciata neutra, senza nome, occupata solo da un'immagine di mood che consente di intravedere fin da subito l'attenzione al dettaglio e l'interesse per le superfici, mentre nelle quarta di copertina compaiono i nomi delle quattro studentesse. L'elaborato riproduce abbastanza fedelmente la bozza definita in aula, finalizzata attraverso un progetto grafico e un formato che si sviluppa a fisarmonica, consentendo di ottenere una visione d'insieme delle immagini selezionate in modo fluido e scandite dalle parole chiave individuate durante l'incontro precedente.
Il portfolio elaborato dal gruppo dello Iuav rappresenta una sostanziale evoluzione di quanto emerso in aula e non solo una messa in pagina della bozza precedente. Viene presentato un foglio in formato A2, piegato fino a diventare A4: un lato contiene il nome della studentessa, l'indicazione che i progetti si riferiscono all'ultimo biennio, uno statement in cui Emma si presenta e racconta il proprio approccio progettuale e un indice con i quattro progetti inclusi, ciascuno indicato dal nome di una stanza della casa oltre al titolo. Il portfolio, infatti, risulta mettere in evidenza il crossing tra progettazione della moda e interesse per l'interior design che era emerso durante lo storytelling in aula, tra abito e abitare; il progetto dell'abito, come casa del corpo, e il progetto della casa, come vestito della vita che la abita, vengono accostati e sovrapposti attraverso quattro collage che disegnano una casa con quattro stanze, al cui interno vengono collocati i quattro progetti. Il gruppo di lavoro ha voluto far emergere un'atmosfera, uno spazio, una situazione in cui l'identità di Emma prende vita; ogni collage tiene insieme immagini dei vari studenti, associate in modo da raggiungere un'armonia estetica e cromatica.
Ritengo importante soffermarmi sulle riflessioni conclusive degli studenti, che hanno superato le esitazioni iniziali e raggiunto l'obiettivo prefissato, come dichiarato da S32:

> Sono sorpresa dal risultato e mi convince pienamente; inizialmente ero titubante, temevo non avremmo trovato punti di contatto, ma ora li vedo chiaramente.

Il portfolio finale, infatti, racconta l'identità inventata ma parla anche delle singole identità di coloro che l'hanno definita; S30 infatti dichiara di ritrovare tracce di se stessa all'interno dell'elaborato realizzato:

> Il risultato finale mi appartiene, mi sento totalmente qui dentro. Ci siamo sforzate, anche con fatica, di inventare questa identità, ma abbiamo ottenuto una sintesi perfetta. L'elemento che mi rappresenta maggiormente è aver strutturato il portfolio come sviluppo del processo creativo.

Anche S34 ritiene che tutte le identità del gruppo siano confluite, almeno in parte, nel portfolio finale e riflette su come l'identità inventata si sia trasformata, in realtà, in qualcosa di reale e tangibile:

> Questo portfolio non è più un'invenzione; quando siamo stati in grado di trasformare la narrazione verbale in visiva, l'identità è diventata reale. Attraverso le immagini, siamo diventati parte di lei, sento che una parte di questo lavoro mi racconta perfettamente.

Nel caso del Politecnico di Milano, aver scandito il portfolio attraverso il processo creativo seguito per lo sviluppo dei progetti ha permesso di individuare un linguaggio comune tra le studentesse; S33 sottolinea che questa operazione è stata agevolata dalla stessa provenienza formativa, dalla stessa università, anche se ritiene possibile ripetere questo esercizio anche con progettisti più eterogenei. Più complicata è invece apparsa la negoziazione all'interno del gruppo Iuav, a causa di diversi percorsi formativi, attitudini, modalità progettuali e ambizioni professionali; tuttavia questo ha costretto gli studenti ad attente riflessioni e discussioni approfondite per ottenere un risultato che convincesse tutti. Questa è l'analisi di S36:

> La realizzazione del proprio portfolio è più semplice e immediata, poiché i diversi progetti risultano omogenei e sviluppati con approcci simili; in questo esercizio siamo stati costretti a cercare un equilibrio tra le nostre personalità, a mettere insieme progetti sviluppati a partire da riferimenti e risultati evidentemente distanti tra loro. Tuttavia questo ci ha portato a prendere le distanze dalle immagini e sentirci più liberi perché non dovevamo raccontare noi stessi, tutto il nostro lavoro e le nostre competenze.

Questa riflessione conferma di aver raggiunto uno degli obiettivi del workshop ALIUS, ovvero il tentativo di distaccare lo studente dai propri progetti, rompere quel legame emotivo che rischia di prendere il sopravvento.
Inoltre il workshop ha consentito di riflettere su un tema già emerso dalle interviste, ovvero sul rapporto tra identità del singolo progettista e lavoro collettivo; si è infatti concretizzato lo spunto suggerito da S59, che auspica l'evoluzione del portfolio in uno strumento polifonico, un lavoro collettivo tra professionisti eterogenei. S31 si sofferma proprio su questo aspetto:

> Il risultato mi soddisfa molto e riproporrò questo approccio durante il corso di portfolio. Mi interesserebbe agire come un curatore, mettendo in relazione progetti di gruppo e che, quindi, sono stati sviluppati da identità differenti.



Questa versione di workshop ha spinto gli studenti a distanziare lo sguardo da se stessi, dalla propria identità, ma inevitabilmente l'attenzione è poi ritornata sul sé, innescando importanti riflessioni sulle proprie modalità di narrazione. S37 riconosce nel portfolio realizzato insieme al gruppo una notevole efficacia comunicativa dell'identità inventata, ma ritiene che non possa essere mutuato a livello individuale in quanto non descrive chiaramente le competenze dell'autore. S35 concorda con questa riflessione, ma ritiene che si possa provare a scardinare l'idea di un portfolio unico, sdoppiandolo in due elaborati che restituiscano sia l'identità dell'autore che le competenze acquisite. S34 è convinto che dopo questo workshop il suo portfolio sarebbe completamente diverso da quello precedente, poiché gli ha consentito di riflettere sulle dinamiche narrative e sulla traduzione in un elaborato iconografico. S30 mi ha comunicato, inviandomi un'e-mail poche settimane dopo la conclusione del workshop ALIUS, di aver riflettuto sul proprio portfolio e tentato di riprodurre autonomamente l'esercizio compiuto collettivamente. La studentessa ritiene di aver esplorato durante il workshop aspetti della propria identità che prima non sarebbe riuscita a comunicare e per questo ha deciso di riprogettare il proprio portfolio, lavorando attorno a quattro parole chiave che contraddistinguono l'identità della studentessa e sostituendo la quinta con punti di sospensione per incentivare l'interlocutore a trovare una propria interpretazione.
Il workshop ALIUS ha permesso di osservare sul campo le dinamiche di negoziazione che hanno condotto i gruppi di studenti all'invenzione di un'identità; inizialmente è stato sviluppato uno storytelling verbale, sintetizzato poi da cinque parole chiave e infine tradotto in narrazione visiva. Spostando l'attenzione degli studenti da se stessi a un'identità altra, l'esercizio ha costretto a distaccarsi emotivamente dai propri progetti e collaborare con il gruppo per un obiettivo comune.
Il gruppo del PoliMi è apparso più omogeneo e abituato al lavoro di gruppo, rendendo la negoziazione agile e rapida; lo storytelling verbale ha delineato un profilo identitario molto simile alle caratteristiche delle singole componenti del gruppo, non scostandosi molto dal tipo di percorso formativo compiuto e dalle ambizioni professionali. Le studentesse hanno invidiato nel processo progettuale – aspetto su cui il PoliMi lavora molto – un chiaro elemento di connessione, in grado di unire le diverse individualità; per questo hanno deciso di definire, attraverso le parole chiave, le cinque fasi dell'iter progettuale e di riunire attorno a questi termini le immagini più rappresentative, a prescindere dalla studentessa che le aveva prodotte.
Il gruppo dello Iuav, invece, si è dilungato maggiormente sulla narrazione verbale, cercando di dettagliare in modo molto accurato l'identità dello studente inventato. La composizione del gruppo, molto eterogeneo come percorso formativo e obiettivi professionali, ha condotto a una negoziazione molto più articolata e intensa, dato che ciascuno ha cercato di essere parte della nuova identità, di avvicinarla a sé, di riconoscersi e rispecchiarsi. Le parole chiave sono state selezionate rapidamente, anche se sono rimaste in secondo piano durante la selezione delle immagini; questa si è rivelata molto complessa, ancora una volta a causa della diversità tra i singoli componenti. Il gruppo ha deciso di definire un manifesto dell'identità inventata, una mappa

iconografica che ne descrivesse le diverse sfumature; dato che l'immaginario dei diversi autori risultava essere molto contrastante e lontano, è stato deciso di ragionare sul colore, su un gusto che potesse derivare dallo storytelling delineato, individuando alcune immagini cromaticamente armoniche e in grado di definire un'atmosfera in cui l'identità inventata diventasse reale.

## Conclusioni

In questo capitolo sono state analizzate le esperienze didattiche condotte attraverso i due workshop, con l'obiettivo di osservare le modalità di realizzazione del portfolio, la selezione e l'esclusione dei materiali inseriti, il rapporto tra i diversi progetti, l'individuazione di temi trasversali, la formulazione di una narrazione visiva, l'influenza del contesto e della visione altrui; in questo modo ci si è potuti avvicinare al processo di costruzione del portfolio e delle diverse identità del suo autore.
L'analisi si è sviluppata a partire dai profili Instagram degli studenti coinvolti nel workshop SELF, per verificare se possano realmente essere considerati espressione dell'identità di un designer e se rappresentino una tipologia contemporanea di portfolio. Queste ipotesi sono state confermate, facendo emergere atteggiamenti diversi tra i vari studenti, poiché ciascuno esprime un diverso equilibrio tra dimensione personale e professionale, tra immagini di vita "privata" e "pubblica"; in quasi tutti i casi analizzati, Instagram rappresenta uno strumento utilizzato in modo frequente e focalizzato sugli interessi progettuali dell'autore, diventando espressione dell'identità dello studente e parte integrante del suo progetto creativo.
Successivamente si è passati a osservare il portfolio presentato dagli studenti all'inizio del workshop SELF, per analizzare gli elaborati prodotti dagli studenti prima dell'esperienza didattica e per individuare eventuali approcci comuni alle tre università, in modo da verificare l'influenza del contesto formativo sul singolo studente. Gli elaborati sono risultati diversi tra loro nel progetto grafico, nella struttura narrativa e nella modalità di comunicazione della propria identità; è stato possibile individuare caratteristiche simili tra gli studenti della stessa università: più evidente nel caso del Politecnico di Milano, anche grazie al corso sul portfolio inserito all'interno del percorso formativo, più sfumato nelle altre due università, dove è emersa una maggiore diversità tra i lavori presentati dagli studenti. L'attività condotta in aula durante il workshop SELF ha consentito di osservare le modalità con cui gli studenti strutturano una narrazione visiva a partire dai progetti realizzati, quanto siano influenzati dal contesto e quanto ciò li porti a modificare l'idea di sé. Si è potuto verificare in modo evidente che le relazioni con gli altri componenti del gruppo, le opinioni espresse e uno sguardo esterno sul proprio approccio progettuale portano lo studente a precisare, modificare o stravolgere la percezione della propria identità. In pochi casi il portfolio conclusivo è rimasto simile a quello iniziale; in tutti gli altri si sono registrati cambiamenti, anche radicali: narrazioni più precise che intrecciano le diverse esperienze progettuali e arrivano anche a fonderle tra loro, nuovi equilibri tra le fasi del progetto, utilizzo delle parole chiave per definire visivamente il proprio approccio creativo, attenzione alla propria identità più che alle competenze maturate, maggiore aderenza del portfolio ai propri interessi e obiettivi futuri.
Il workshop ALIUS, infine, ha condotto i gruppi di lavoro nell'invenzione di un'identità e nella progettazione del suo portfolio, spingendo gli studenti a distaccarsi emotivamente dai propri progetti e collaborare con gli altri per l'obiettivo comune. È stato possibile osservare le dinamiche di negoziazione che hanno consentito di sviluppare uno storytelling verbale, sintetizzato in seguito da cinque parole chiave e infine tradotto in narrazione visiva. Il gruppo del PoliMi, caratterizzato da percorsi formativi e obiettivi professionali simili, ha individuato nel processo progettuale un elemento di connessione tra le quattro studentesse e ha suddiviso il portfolio nelle cinque fasi di sviluppo di un progetto, riunendo le immagini più rappresentative a prescindere dalla studentessa che le aveva prodotte. Allo Iuav si è osservata una negoziazione molto più lunga e articolata, anche a causa della maggiore eterogeneità del gruppo, che però ha condotto a una definizione dell'identità molto dettagliata; per la selezione delle immagini e la conseguente realizzazione del portfolio, gli studenti hanno deciso di delineare un manifesto, una mappa iconografica, un'atmosfera in cui rendere reale l'identità inventata.

# CONCLUSIONI

La ricerca sul portfolio degli studenti di fashion design ha progressivamente preso l'aspetto di un meta portfolio che dispiega – anche in forma grafica – le esplorazioni sul campo svolte nell'arco di tre anni: le discussioni, gli incontri con studenti, docenti, ricercatori e professionisti, i punti di vista.
È stato possibile delineare un panorama molto complesso, una varietà di approcci e interpretazioni che hanno confermato la necessità di sviluppare un'indagine attenta e approfondita su un oggetto spesso sottovalutato. La letteratura esistente sul fashion portfolio, infatti, è risultata essere molto limitata, costituita quasi esclusivamente da manuali pubblicati nell'ultimo decennio che pongono l'attenzione solo sulla dimensione materiale e sul progetto grafico. Una maggiore complessità di temi connessi all'oggetto d'indagine è invece emersa dal confronto con autori che hanno indagato il portfolio come strumento formativo in ambito educativo, non relativo però alle discipline del progetto; in questi casi il portfolio è considerato uno strumento di comunicazione delle competenze dell'autore ma anche un'opportunità formativa, un luogo di autoriflessione e autoconsapevolezza. Vengono analizzati i processi coinvolti nella sua realizzazione; è sviluppata una riflessione sui diversi formati: cartaceo, digitale e social network; compare la connessione tra portfolio e narrazione; emerge l'idea che il portfolio non limiti la sua azione all'autore, ma condizioni tutti gli interlocutori coinvolti durante le fasi di realizzazione e presentazione dell'elaborato; viene ribadita la centralità della dimensione temporale rispetto al portfolio, in quanto luogo in cui operare un'azione sulle tracce del passato, con la consapevolezza del presente, costruendo una narrazione che delinea la promessa di ciò che si vuole diventare.
Il lavoro di ricerca è stato sviluppato sul campo attraverso strumenti della ricerca etnografica, quali focus group, interviste e workshop che hanno consentito di documentare e analizzare le riflessioni e azioni di studenti, laureati, docenti e professionisti rispetto all'oggetto d'indagine, le dinamiche con cui uno studente struttura uno storytelling visivo e le modalità con cui le relazioni con il contesto si sedimentano nel portfolio e modificano l'azione del singolo.
Il portfolio si è rivelato essere molto più di un riassunto di progetti conclusi, unificati dallo stesso layout grafico. Si è, invece, caratterizzato come un luogo rigoglioso, stratificato, denso: un giardino nel quale confluiscono, si modificano o si creano una o più identità dello studente; uno spazio delimi-

tato da un confine poroso, che mette in relazione interno ed esterno, autore e contesto, nel quale si depositano relazioni, confronti e negoziazioni. Dall'analisi del portfolio degli studenti di design della moda sono emerse diverse identità: l'identità narrativa dell'autore definita attraverso lo storytelling visivo che connette i frammenti progettuali sviluppati durante il percorso formativo, con azioni di riprogettazione, ricodificazione e post-produzione; le dinamiche della narrazione si intrecciano con quelle della rappresentazione e messa in scena del sé, con le relazioni tra il singolo e la comunità, con il confronto tra individuo e dimensione collettiva, delineando un'identità sociale; lo studente, inoltre, è parte di comunità virtuali, reti provvisorie – quali i social network – in cui le reazioni istantanee del publico condizionano il singolo, facendo emergere una sua identità in rete, plurale e polifonica; nel portfolio emerge un'ulteriore identità, definibile come progettuale, che si caratterizza per la sua tensione al cambiamento a partire da specificità individuali.

La molteplicità di voci e azioni ha reso evidente l'impossibilità di giungere a un'idea di portfolio unica e condivisa, ma ciascuno lo modella in base al percorso formativo compiuto, agli obiettivi, al contesto. È emersa con chiarezza la stretta connessione tra dimensione materiale e questioni immateriali: il portfolio è un prodotto di design che veicola l'immaginario dell'autore, i suoi riferimenti, le sue esperienze. Il tempo rappresenta un aspetto centrale, dato che lo studente è costretto ad analizzare nel presente i progetti passati, osservandoli con distacco, individuando approcci trasversali, ricomponendoli a posteriori e definendo possibili traiettorie da sviluppare. L'ambiente formativo è risultato essere determinante nello sviluppo dello studente e di quanto si sedimenta nel portfolio; il contesto assume i tratti di un dispositivo, un soggetto normativo che impone una rete di regole al cui interno ciascuno prova a districarsi, a esplorare e a definirsi.

Le esperienze didattiche condotte durante i workshop hanno consentito di osservare le modalità di realizzazione del portfolio, la selezione e l'esclusione di contenuti, l'equilibrio tra i diversi progetti, l'individuazione di temi trasversali, la formulazione di una narrazione visiva, l'influenza del contesto e della visione altrui. Il lavoro in aula ha ribadito la necessità che il portfolio non derivi da un modello unico e condiviso, ma sia totalmente personalizzato in base alle caratteristiche e agli obiettivi del suo autore; in molti casi, infatti, gli studenti hanno modificato profondamente l'idea precedente di portfolio, definendo narrazioni più precise che intrecciano le diverse esperienze progettuali e arrivano anche a fonderle tra loro, nuovi equilibri tra le fasi del progetto, parole chiave che sintetizzano visivamente il proprio approccio creativo, attenzione alla propria identità più che alle competenze maturate, maggiore aderenza del portfolio ai propri interessi e obiettivi futuri.

Per uno sviluppo futuro di questa ricerca, sarebbe auspicabile coinvolgere le altre realtà formative italiane per definire le caratteristiche del portfolio degli studenti di design della moda in Italia, mappando territori, comunità, idee e modelli; si potrebbe così arrivare a un confronto più aperto e intenso tra le diverse comunità, raggiungendo una maggiore porosità dei muri che le delimitano. Ugualmente, lo studio potrebbe aprirsi ad altre realtà estere, partendo dal caso studio spagnolo coinvolto in questa ricerca, per evidenziare le peculiarità delle diverse scuole e le differenti idee sul progetto della moda, evidenziando la sua complessità attraverso l'incrocio di temi, discipline e approcci.

# BIBLIOGRAFIA


Arter, Judith A., *Using Portfolios in Instruction and Assessment*, Northwest Regional Educational Laboratory, Portland 1990.

Atkinson, Mark, *How to Create your Final Collection: A Fashion Student's Handbook*, Laurence King Publishing, Londra 2012.

Atkinson, Paul, Amanda Coffey, Sara Delamont, John Lofland, Lyn Lofland (a cura di), *Handbook of Ethnography*, Sage, Thousand Oaks 2001.

Baron, Cynthia L., *Designing a Digital Portfolio*, New Riders, Berkeley 2010.

Barrett, Helen C., *Create Your Own Electronic Portfolio*, in «Learning & Leading with Technology», 27(7), 2000, pp. 14-21.

Barrett, Helen C., *Researching Electronic Portfolios and Learner Engagement: The Reflect Initiative*, in «Journal of Adolescent & Adult Literacy», 50(6), 2007, pp. 436-449.

Barrett, Helen C., *Blurring the Boundaries: Social Networking & ePortfolio Development*, paper presentato alla conferenza TEDxASB, Mumbai 2010.

Bauman, Zygmunt, *Intervista sull'identità*, Laterza, Roma-Bari 2003.

Bauman, Zygmunt, *Il trionfo dell'esibizionismo nell'era dei social network*, 9 aprile, 2011. www.ariannaeditrice.it/articolo.php?id_articolo=38281 [consultato il 13 settembre 2018].

Benjamin, Walter, *Immagini di città*, [*Städtebilder*, 1963], Einaudi, Torino 2007.

Bill, Amanda, *'Blood, Sweat and Shears': Happiness, Creativity, and Fashion Education*, in «Fashion Theory», 16(1), 2012, pp. 49-66.

Bonini, Tiziano, *Dall'autoritratto al Selfie. Breve storia del guardarsi allo specchio*, 3 febbraio, 2014. www.doppiozero.com/materiali/web-analysis/dallautoritratto-al-selfie [consultato il 21 maggio 2018]

Bourriaud, Nicolas, *Postproduction. Come l'arte riprogramma il mondo*, [*Postproduction. La culture comme scénario: comment l'art reprogramme le monde contemporain*, 2002], Postmedia, Milano 2004.

Breward, Christopher, *The Culture of Fashion. A New History of Fashionable Dress*, Manchester University Press, Manchester-New York 1995.

Breward, Christopher, *Cultures, Identities, Histories: Fashioning a Cultural Approach to Dress*, in «Fashion Theory», 2(4), 1998, pp. 301-314.

Breward, Christopher, *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life 1860-1914*, Manchester University Press, Manchester-New York 1999.

Breward, Christopher, *Fashion*, Oxford University Press, Oxford 2003.

Brown, John Seely, Paul Duguid, *Practice vs Process: The Tension That Won't Go Away*, in «Knowledge Directions», 2(1), 2000, pp. 86-96.

Bruner, Jerome, *La cultura dell'educazione. Nuovi orizzonti per la scuola*, [*The Culture of Education*, 1996], Feltrinelli, Milano 1997.

Cassidy, Tracy, *The Mood Board Process Modeled and Understood as a Qualitative Design Research Tool*, in «Fashion Practice», 3(2), 2015, pp. 225-251.

Castells, Manuel, *Il potere delle identità*, [*The Power of Identity*, 1997], Università Bocconi Editore, Milano 2003.

Ciresi Barrett, Joanne, *Designing Your Fashion Portfolio: From Concept To Presentation, Fairchild*, New York-Londra 2012.

Clark, Judith, *Doppie Pagine: Not Spelling It Out*, in «Fashion Theory», 10(1-2), 2006, pp. 259-277.

Clark, Judith, Anna Piaggi, *Aby Warburg and the Judgement of Paris, 2011*, in «Philosophy of Photography», 8(1-2), 2017, pp. 141-149.

Clément, Gilles, *Manifesto del terzo paesaggio*, [*Manifeste du tiers paysage*, 2004], Quodlibet, Macerata 2005.

Clément, Gilles, *Il giardiniere planetario*, 22publishing, Milano 2008.

Clément, Gilles, *Il giardino in movimento*, [*Le Jardin en mouvement*, de la Vallée au parc André-Citroën, 1994], Quodlibet, Macerata 2010.

Clément, Gilles, *Breve storia del giardino*, [*Une brève histoire du jardin*, 2011], Quodlibet, Macerata 2012.

Collin, Ross, *Selling the Self: Career Portfolios and the New Common-sense of Immaterial Capitalism*, in «Social Semiotics», 21(5), 2011, pp. 615-632.

Danielson, Charlotte, Leslye Abrutyn, *An Introduction to Using Portfolios in the Classroom*, ASCD, Alexandria (VA) 1997.

Delamont, Sara, *Fieldwork in Educational Settings*, Routledge, Londra-New York 2002.

Deleuze, Gilles, *Che cos'è un dispositivo?*, [*Qu'est-ce qu'un dispositif?*, in *Michel Foucault philosophe*, 1989], Cronopio, Napoli 2007.

Dieffenbacher, Fiona, *Fashion Thinking. Creative Approaches to the Design Process*, AVA, Londra 2013.

Dionisi, Germano, Maria Giovanna Garuti (a cura di), *I giardini della formazione*, Armando, Roma 2011.

Eisenman, Sara, *Building Design Portfolios*, Rockport, Gloucester 2006.

Entwistle, Joanne, Agnès Rocamora, *The Field of Fashion Materialized: A Study of London Fashion Week*, in «Sociology», 40(4), 2006, pp. 735-751.

Faerm, Steven, *Design Your Fashion Portfolio. Everything You Need to Develop a Great Line and Portfolio*, A & C Black, Londra 2012.

Ferrari, Stefano, *Lo specchio dell'Io. Autoritratto e psicologia*, Laterza, Roma-Bari 2002.

Fiorani, Eleonora, *Abitare il corpo: la moda*, Lupetti, Milano 2004.

Foucault, Michel, *Dits et écrits*, Gallimard, vol. III, Parigi 1994, pp. 299-300, in Giorgio Agamben, *Che cos'è un dispositivo?*, Nottetempo, Roma 2006, pp. 6-7.

Frisa, Maria Luisa, *Una nuova moda italiana*, Marsilio, Venezia 2011.

Frisa, Maria Luisa, *Le forme della moda*, Il Mulino, Bologna 2015.

Frisa, Maria Luisa (a cura di), *Desire and Discipline. Designing Fashion at Iuav*, Marsilio, Venezia 2016.

Gale, Colin, Jasbir Kaur, *The Textile Book*, Berg, Oxford-New York 2002.

Gallico, Dalia, *Design in-formazione*, Franco Angeli, Milano 2007.

Galzigna, Mario, *Il mondo nella mente*, Marsilio, Venezia 2007.

Gerritsen, Anne, Giorgio Riello (a cura di), *Writing Material Culture History*, Bloomsbury, Londra-New York 2014.



Giannandrea, Lorella, *Traiettorie del sé. Dispositivi per la costruzione dell'identità nei percorsi di formazione*, Franco Angeli, Milano 2012.

Goffman, Erving, *La vita quotidiana come rappresentazione*, [*The Presentation of Self in Everyday Life*, 1956], Il Mulino, Bologna 1969.

Granata, Francesca, *Fashion Studies In-between: A Methodological Case Study and an Inquiry into the State of Fashion Studies*, in «Fashion Theory», 16(1), 2012, pp. 67-82.

Greenblatt, Stephen, *Renaissance Self-fashioning: From More to Shakespeare*, University of Chicago press, Chicago 1980.

Habib, Laurence, Line Wittek, *The Portfolio as Artefact and Actor*, in «Mind, Culture, and Activity», 14(4), 2007, pp. 266-282.

Hopkins, John, *Fashion Design. The Complete Guide*, AVA, Losanna 2012.

Ireland, Christopher, *Qualitative Methods: From Boring to Brilliant*, in Brenda Laurel (a cura di), *Design Research. Methods and Perspectives*, The MIT press, Cambridge 2003, pp. 23-29.

Jahreie, Cecilie Flo, Sten R. Ludvigsen, *Portfolios as Boundary Object: Learning and Change in Teacher Education*, in «Research and Practice in Technology Enhanced Learning», 2(3), 2007, pp. 299–318.

Jenss, Heike (a cura di), *Fashion Studies. Research Methods, Sites and Practices*, Bloomsbury, Londra-New York 2016.

Kiper, Anna, *Fashion Portfolio: Design and Presentation*, B. T. Batsford, Londra 2014.

Krueger, Richard A., *Focus groups. A Practical Guide for Applied Research*, Sage, Londra 1994.

Laurel, Brenda (a cura di), *Design Research. Methods and Perspectives*, The MIT press, Cambridge 2003.

Lupano, Mario, Alessandra Vaccari (a cura di), *Insegnare il design della moda*, Aracne, Ariccia 2014.

Mailles-Viard Metz, Stephanie, Huguette Albernhe-Giordan, *E-portfolio: A Pedagogical Tool for the Design of Personal and Professional Student Project*, in Antonio Méndez-Vilas, Aurora Solano Martin, Julian Mesa González and José Antonio Mesa González, *Research, Reflections and Innovations in Integrating ICT in Education*, Formatex, Badajoz 2009, pp. 654-658.

Maalouf, Amin, *L'identità*, [*Les identités meurtrières*, 1998], Bompiani, Milano 2005.

McAdams, Dan P., Ruthellen Josselson e Amia Lieblich (a cura di), *Identity and Story. Creating Self in Narrative*, American Psychological Association, Washington 2006.

McRobbie, Angela, *British Fashion Design. Rag Trade or Image Industry?*, Routledge, Londra-New York 1998.

Messori, Rita, *La porosità dei muri. Su alcune analogie tra Walter Benjamin e Maurice Merleau-Ponty*, in «Ricerche di S/Confine», 2011, pp. 273-286.

Michelson, Elena, Alan Mandell, *Portfolio Development and the Assessment of Prior Learning: Perspectives*, Models and Practices, Sterling, New York 2004.

Migliorini, Laura, Nadia Rania, *I focus group: uno strumento per la ricerca qualitativa*, in «Animazione Sociale», febbraio, 2001, pp. 82-88.

Moeran, Brian, *From Participant Observation to Observant Participation: Anthropology, Fieldwork and Organizational Ethnography*, Copenaghen Business School, Copenaghen 2007.

Mohamed, Olfat Shawki, Elradi, Wafaa Abd, *Designing a Training Program to Develop the Students' Skills in Building Fashion Design Portfolios*, in «International Design Journal», 5(2), 2015, pp. 337-351.

Mollo, Gaetano, *Aspetti pedagogici del pensiero di Paul Ricœur*, in «Pedagogia e Vita», 5-6, 2009, pp. 67-82.

Nicewonger, Todd E., *Exploring Creativity: An Ethnographic Approach to Studying Fashion Design Pedagogy*, in Heike Jenss (a cura di), *Fashion Studies. Research Methods, Sites and Practices*, Bloomsbury, Londra-New York 2016, pp. 117-133.

Niero, Mauro, *Paradigmi e metodi di ricerca sociale: la survey, l'osservazione e il Delphi*, Nuovo Progetto, Vicenza 1985.

Norris-Reeves, Suzie R., *Constructing a Narrative of Fashion Practice as Inquiry*, tesi di dottorato, The Royal College of Art, 2014.

Pansera, Anty, *La formazione del designer in Italia*, Marsilio, Venezia 2015.

Papacharissi, Zizi (a cura di), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, Routledge, Londra 2010.

Papacharissi, Zizi, *Without You, I'm Nothing: Performances of the Self on Twitter*, in «International Journal of Communication», 6, 2012, pp. 1989–2006.

Paulson, F. Leon, Pearl R. Paulson, Carol A. Meyer, *What Makes a Portfolio a Portfolio?*, in «Educational Leadership», 48(5), 1991, pp. 60-63.

Paulson, Pearl R., F. Leon Paulson, *Portfolios: Stories of Knowing*, in Philip H. Dreyer (a cura di), *Knowing the Power of Stories*, Claremont Reading Conference, 55th Yearbook, 1991.

Pecorari, Marco, *La moda all'università: una ricostruzione delle prime forme di studio e ricerca in ambito accademico*, in *White book. Imparare la moda in Italia*, Marsilio, Venezia 2018, pp. 85-125.

Peraica, Ana, *Culture of the Selfie: Self-representation in Contemporary Visual Culture*, Institute of Network Cultures, Amsterdam 2007.

Piaggi, Anna, *Doppie pagine di Anna Piaggi. Fashion Algebra*, Leonardo, Milano 1998.

Plowman, Tim, *Ethnography and Critical Design Practice*, in Brenda Laurel (a cura di), *Design Research. Methods and Perspectives*, The MIT press, Cambridge-Londra 2003, pp. 30-38.

Pole, Christopher, Marlene Morrison, *Ethnography for Education*, Open University Press, Maidenhead 2003.

Porter, Carol, Janell Cleland, *The Portfolio as a Learning Strategy*, Heinemann, Portsmouth 1994.

Purcell, Kerry William, *Alexey Brodovitch*, Phaidon, Londra-New York 2002.

Raiteri, Rossana, *Progettare progettisti. Un paradigma della formazione contemporanea*, Quodlibet, Macerata 2014.

Riccini, Raimonda, *Culture per l'insegnamento del design*, in «AIS/Design Storia e Ricerche», 1, 2013. http://www.aisdesign.org/aisd/culture-per-linsegnamento-del-design-2 [consultato il 12 aprile 2018].

Richter, Gerhard, *Atlas*, Walther König, Colonia 2015.

Ricœur, Paul, *Tempo e racconto. Il tempo raccontato*, [*Temps et récit. Le temps raconté*, 1985], Jaca Book, Milano 1988.

Ricœur, Paul, *Percorsi del riconoscimento*, [*Parcours de la reconnaissance*, 2004], Raffaello Cortina, Milano 2005.

Ricœur, Paul, *L'identità narrativa*, [*L'identité narrative*, 1991], in «Allegoria», 60, 2009, pp. 93-104.

Riello, Giorgio, *Per una storia della moda. Concetti, oggetti e cultura materiale*, in «Venezia Arti», 25, 2016, pp. 71-79.

Roberts, George, *MyWorld e-Portfolios: Activity and Identity*, in «Brookes eJournal of Learning and Teaching», 1(4), 2006.

Rocamora, Agnès, *Fields of Fashion. Critical Insights into Bourdieu's Sociology of Culture*, in «Journal of Consumer Culture», 2(3), 2002, pp. 341-362.

Romeo, Laurel D., *Industry Professionals' Evaluation of Apparel Design Student Portfolios*, in «International Journal of Fashion Design, Technology and Education», 2016, pp. 111-118.

Rossi, Pier Giuseppe, *Progettare e realizzare il portfolio*, Carocci, Roma 2005.



Rossi, Pier Giuseppe, Giuliana Pascucci, Lorella Giannandrea, Martina Paciaroni, *L'e-portfolio come strumento per la costruzione dell'identità*, in «Informations, Savoirs, Décisions, Médiations», 25, 2006.

Rossi, Pier Giuseppe, Lorella Giannandrea, Patrizia Magnoler, *Mediazione, dispositivi ed eterotopia. Dal situated learning al post-costruttivismo*, in «Education Sciences & Society», 2010, pp. 101-116.

Rossi, Pier Giuseppe, Lorella Giannandrea, Patrizia Magnoler, *Portfolio e riflessione*, in «Education Sciences & Society», 2(2), 2011, pp. 192-195.

Sardar, Ziauddin, *A Garden of Identities: Multiple Selve and Other Futures*, in «Journal of Futures Studies, 10(2), 2005, pp. 13-20.

Schechtman, Marya, *The Constitution of Selves*, Cornell University Press, Ithaca, 1996.

Schön, Donald Alan, *Il professionista riflessivo*, [*The Reflexive Practitioner*, 1983], Dedalo, Bari 1993.

Tain, Linda, *Portfolio Presentation for Fashion Designers*, Fairchild, New York 2010.

Vaccari, Alessandra, *La moda nei discorsi dei designer*, CLUEB, Bologna 2012.

Vanni, Ilaria, *"Why Save the World When You can Design It?" Precarity and Fashion in Milan*, in «Fashion Theory», 20(4), 2016, pp. 441-460.

Warburg, Aby, *Mnemosyne: l'atlante delle immagini*, Aragno, Torino 2002.

*White book. Imparare la moda in Italia*, Marsilio, Venezia 2018.

Woodward, Helen, *Portfolios: Narratives for Learning*, in «Journal of In-Service Education», 26(2), 2000, pp. 329-349.

Woodward, Helen, Phil Nanlohy, *Digital Portfolios: Fact or Fashion?*, in «Assessment & Evaluation in Higher Education», 29(2), 2004, pp. 227-238.

Woodward, Sophie, Tom Fisher, *Fashioning Through Materials: Material Culture, Materiality and Processes of Materialization*, in «Critical Studies in Fashion & Beauty», 5(1), 2014, pp. 3-23.

Zammuner, Vanda Lucia, *Tecniche dell'intervista e del questionario*, il Mulino, Bologna 1998.

SITOGRAFIA

www.ap.be/royal-academy/admission-procedure-master-arts-visual-arts/2024 [consultato il 13 giugno 2018].

www.arts.ac.uk/csm/courses/foundation/fashion-folio/ [consultato il 13 giugno 2018].

www.arts.ac.uk/fashion/courses/short-courses/fashion-design-courses/portfolio-development/ [consultato il 13 giugno 2018].

www.arts.ac.uk/fashion/courses/short-courses/under-18/fashion-portfolio-preparation/ [consultato il 13 giugno 2018].

www.arts.ac.uk/study-at-ual/apply/portfolio-preparation/ [consultato il 13 giugno 2018].

www.businessoffashion.com/education/rankings/2017 [consultato il 12 giugno 2018].

www.easdalcoi.es/es/estudis/e-s-diseno-de-moda/ [consultato il 9 settembre 2018].

www.fitnyc.edu/admissions/apply/portfolio/fashion-design-aas.php [consultato il 13 giugno 2018].

www.fitnyc.edu/admissions/apply/portfolio/tips.php [consultato il 13 giugno 2018].

www.ifm-paris.com/en/component/flexicontent/items/item/53846-majeure-vetement.html [consultato il 13 giugno 2018].

https://into.aalto.fi/download/attachments/1185669/How%20to%20make%20your%20portfolio.pdf?version=1&modificationDate=1511791246564&api=v2 [consultato il 13 giugno 2018].

www.iuav.it/Didattica1/nuovicorsi/LAUREE-TRI/Design-del/curriculum/index.htm [consultato il 10 settembre 2018].

www.iuav.it/Didattica1/nuovicorsi/LAUREE-MAG/Arti-visiv/curriculum1/ [consultato il 10 settembre 2018].

www.moda.polimi.it [consultato il 9 settembre 2018].

www.newschool.edu/parsons/admission-undergraduate-babfa-application-instructions/ [consultato il 13 giugno 2018].

opencampus.newschool.edu/courses/CEPSFINE/6719/PCFD/0501/A/fashion-portfolio/ [consultato il 13 giugno 2018].

www.rca.ac.uk/schools/graduate-diploma-art-design/programme-description/ [consultato il 13 giugno 2018].

www.rca.ac.uk/schools/school-of-design/menswear/ma-description/ [consultato il 13 giugno 2018].

www.rca.ac.uk/schools/school-of-design/menswear/ma-entrance/ [consultato il 13 giugno 2018].