

Università Iuav di Venezia

Dottorato in Architettura, città e design
Curriculum Scienze del design
Design della moda, XXXI ciclo

Coordinatore: Prof.ssa Raimonda Riccini

MEMORIA, IDENTITÀ E PROGETTO:
L'ARCHIVIO D'IMPRESA NEL FASHION DESIGN
COME PROGETTO CULTURALE
E COME STRUMENTO DI PRODUZIONE.
IL CASO DELL'ARCHIVIO STORICO VERSACE.

dottorando: Antonio Masciarrello

Relatore: Prof.ssa Maria Luisa Frisa
Correlatore: Dott. Gabriele Monti

Aprile 2020

Università Iuav di Venezia

Dottorato in Architettura, città e design
Curriculum Scienze del design
Design della moda, XXXI ciclo

Coordinatore: Prof.ssa Raimonda Riccini

MEMORIA, IDENTITÀ E PROGETTO:
L'ARCHIVIO D'IMPRESA NEL FASHION DESIGN
COME PROGETTO CULTURALE
E COME STRUMENTO DI PRODUZIONE.
IL CASO DELL'ARCHIVIO STORICO VERSACE.

dottoando: Antonio Masciaciello

Relatore: Prof.ssa Maria Luisa Frisa
Correlatore: Dott. Gabriele Monti

Aprile 2020

INDICE

INTRODUZIONE	p. 1
CAPITOLO 1: L'archivio di un'impresa di moda	
1.1 Considerazioni metodologiche	p. 9
1.2 Lo studio degli oggetti e l'analisi della materialità della moda	p. 14
1.3 Il confronto con l'immaterialità della moda	p. 18
1.4 Archivio, museo, collezione	p. 25
1.5 L'archivio in relazione ai concetti di Memoria / Tempo / Storia / Narrazione	p. 35
CAPITOLO 2: Problematiche e pratiche d'archivio	
2.1 Archivi e musei d'impresa nella moda	p. 43
2.2 Catalogazione della moda in relazione alla sua specificità disciplinare	p. 49
2.3 La "smaterializzazione" degli oggetti di archivio: la dimensione digitale	p. 52
2.4 Gli archivi fotografici di moda e la costruzione delle immagini e degli immaginari per il design della moda	p. 59
2.5 Strategie aziendali di Brand Heritage	p. 64
CAPITOLO 3: L'archivio storico Versace	
3.1 Establishing the collection: la costituzione dell'archivio storico Versace come progetto di recupero della storia aziendale, di definizione dell'identità aziendale e come strumento di produzione. La costituzione della prima collezione di oggetti dell'archivio storico: L'abito per pensare, come modello metodologico per la catalogazione della moda	p. 69
3.2 Dalla mostra allo studio e alla scheda degli oggetti d'archivio	p. 73
3.3 Dalla scheda (di catalogazione e restauro) alla conservazione	p. 78
3.4 Composizione dell'Archivio storico: Archivio abiti e Archivio fotografico Archivio abiti, sede industrializzazione, Novara Archivio fotografico	p. 82
Archivio fotografico: fondo Avedon	p. 86
3.5 Archivio digitale	p. 89
3.6 Postproduction: l'uso dell'archivio nei processi del fashion design. Il caso della "Tribute collection", collezione donna prêt-à-porter primavera / estate 2018, omaggio a Gianni Versace	p. 90
3.7 Problematiche e prospettive	p. 95
CONCLUSIONI	p. 107
APPARATI	p. 111
SCHEDA DI CATALOGAZIONE E CONSERVAZIONE ARCHIVIO VERSACE	p. 113
ICONOGRAFIA	p. 127
BIBLIOGRAFIA	p. 187
RINGRAZIAMENTI	p. 220

INTRODUZIONE

Questa ricerca nasce dal cortocircuito tra due prospettive.

La prima, strettamente personale, è legata al mio ruolo all'interno dell'archivio di un'azienda di moda, dove ho quotidianamente l'opportunità di rapportarmi al patrimonio aziendale di uno dei brand che hanno fatto la storia della moda in Italia. Dal 2011, infatti, mi occupo dell'Heritage Department della Gianni Versace S.r.l., programmando attività che hanno come obiettivo la tutela dell'archivio storico, luogo fisico e ideale allo stesso tempo dove le risorse culturali presenti in esso contribuiscono a precisare l'identità aziendale e a influenzare i processi creativi e produttivi.

Mi trovo a confrontarmi con temi e problematiche di ordine pratico, che sono specifiche di un archivio d'impresa nella moda, che non è museo di impresa e che non si configura come archivio / deposito museale, o come collezione di un privato: dalla catalogazione degli oggetti e dei materiali, alla loro conservazione, digitalizzazione, movimentazione, fino al loro uso creativo per la produzione di nuove collezioni.

La seconda prospettiva inquadra questa dimensione pragmatica (e l'analisi condotta in questa sede) all'interno di una riflessione accademica ad ampio spettro, in cui il Dipartimento di Culture del progetto dell'Università Iuav di Venezia è da tempo impegnata, che vede l'archivio al centro di diverse occasioni di ricerca.

Negli ultimi anni, infatti, come evidenziato da Raimonda Riccini direttore della rivista *AIS/Design* (Associazione italiana degli storici del design), sta diventando sempre più importante, nell'ambito dei Design Studies, il tema del recupero delle fonti primarie e degli archivi come strumenti di studio, specie alla luce degli stimoli che vengono dalle nuove tecnologie.¹

Ma l'archivio non è solo uno strumento fondamentale nella cassetta degli attrezzi dello storico o del ricercatore: è anche un dispositivo formidabile di continua messa in moto del processo creativo. Gli oggetti in un archivio non raccontano solo la propria storia ma sono anche vettori di altri possibili racconti, disponibili a essere reinterpretati da diversi attori. L'archivio, infatti, oltre al suo utilizzo mirato e consapevole, ha anche un carattere entropico che lo rende un serbatoio ideale da utilizzare in chiave di *postproduzione*. La postproduzione è una pratica ben nota all'arte contemporanea e particolarmente affine alla moda, dove la necessità di scandire il tempo presente passa spesso attraverso un utilizzo delle forme del passato.

La mostra *Christian Lacroix: Histoires de mode* (Les Arts Décoratifs, Musée de la Mode et du Textile di Parigi, 2007-2008), che ha visto coinvolti lo stesso couturier Christian Lacroix in veste di curatore e Olivier Saillard, ex direttore di Palais Galliera, Musée de la Mode de la Ville de Paris, esemplifica bene questo concetto. Come rileva Gabriele Monti, "Lacroix si è comportato come una specie di curatore al contrario, attraverso un collage di materiali che cronologicamente non 'potrebbero' essere avvicinati, ma che condividono somiglianze formali e strutturali".² Anche questo aspetto ricombinatorio della moda è toccato dall'attività di ricerca condotta dal Dipartimento di Culture del progetto, e dai docenti Maria Luisa Frisa, Alessandra Vaccari e Gabriele Monti, che hanno indagato lo strumento della mostra di moda come forma di riflessione critica, che tratta la propria specificità disciplinare attraverso pubblicazioni, mostre e workshop. Il tema dell'archivio e delle sue potenzialità nell'ambito del processo creativo sono state indagate, per fare due esempi, in *Re-visioni*, una mostra che restituisce un percorso di studio, condotta da Gabriele Monti con gli studenti del corso di Laurea in Design della moda e in *Under The Cover. Archivio Lanerossi*, un workshop e una pubblicazione edita in occasione della mostra presso lo spazio espositivo Lanificio Conte, (Schio 2 maggio-22 giugno 2012 nell'ambito di Festival Città Impresa / Le fabbriche delle idee, quinta edizione, 2-6 maggio 2012) a cura di Mario Lupano e Alessandra Vaccari.

¹ Raimonda Riccini, Fiorella Bulegato, Maddalena Dalla Mura, e Carlo Vinti (a cura di), "Storie di design attraverso e dalle fonti" in *Ais Design: Storie e Ricerche*, 10, www.aisdesign.org/aisd.(27/10/2019)

² Gabriele Monti, "Live set 1: immagini dall'archivio", in *Elda Cecchele. In forma di tessuto*, a cura di Maria Luisa Frisa con Gabriele Monti, catalogo della mostra [Spazio Espositivo Lanificio Conte Largo Fusinelle - Schio (VI) 5 Dicembre 2010 - 20 Febbraio 2011], Marsilio, Venezia 2010, p. 47.

In Italia, negli ultimi dieci anni si sono sviluppati iniziative tese a promuovere gli archivi di moda italiana. È il caso del “Portale degli Archivi della Moda” che nasce nell’ambito del SAN, Sistema Archivistico Nazionale, per condividere i risultati del progetto Archivi della moda del ’900, elaborato dall’ANAI, Associazione Nazionale Archivistica Italiana e promosso dalla Direzione generale per gli archivi, in collaborazione con la Direzione generale per le biblioteche, gli istituti culturali ed il diritto d’autore e la Direzione generale per l’organizzazione, gli affari generali, l’innovazione, il bilancio e il personale del Ministero per i beni e le attività culturali. L’obiettivo è scoprire, valorizzare e rendere fruibile un ampio ventaglio di fonti del patrimonio archivistico, bibliografico, iconografico, audiovisivo relativo alla moda italiana.

Presentato a Firenze il 12 gennaio 2009, nella Sala Bianca di Palazzo Pitti, in occasione di Pitti Immagine Uomo 75, il progetto si articola nel censimento delle fonti, nella catalogazione e digitalizzazione dei materiali contenuti negli archivi e nell’organizzazione di seminari e convegni di studio.

Il Portale degli Archivi della Moda consente l’accesso a contenuti diversi, dalla descrizione degli archivi aziendali alla visualizzazione dei materiali in essi contenuti (prodotti, disegni, bozzetti, fotografie, documentazione amministrativa e contabile), oltre ad approfondimenti sulla storia della moda del Novecento in Italia.

Un caso interessante sullo studio degli archivi è poi il Centro Studi e Archivio della Comunicazione (CSAC), centro di ricerca dell’Università di Parma, fondato dal professor Arturo Carlo Quintavalle nel 1968, con l’obiettivo di costituire una raccolta di arte, fotografie, disegni di architettura, design, moda e grafica. Dal 2007 ha sede presso l’Abbazia di Valserena, a pochi chilometri da Parma ed è strutturato in cinque sezioni - Arte, Fotografia, Media, Progetto, Spettacolo - per la raccolta, conservazione, catalogazione e promozione del patrimonio culturale, svolgendo anche attività di consulenza scientifica, di supporto alla didattica, di ricerca e di progettazione di mostre. Da Maggio 2015 l’Archivio-Museo dello CSAC si presenta come uno spazio multifunzionale, dove le aree del Museo si integrano a quelle già esistenti dell’Archivio e del Centro di Ricerca e Didattica. L’esperienza dello CSAC rappresenta un esempio pionieristico di volontà di costruire, già sulla fine degli anni Settanta, una collezione pubblica di documentazione della cultura progettuale italiana, attraverso una ricognizione di materiali recuperati dagli studi di designer e architetti operanti in quegli anni e riguardo ai materiali della cultura progettuale della moda, il lavoro di acquisizione dei fondi è proseguito nel corso di tutti gli anni Ottanta ed anche nel decennio successivo portando a mettere insieme circa 70.000 pezzi tra figurini, disegni, schizzi, abiti, riviste. In ambito internazionale è da segnalare l’esperienza del progetto europeo “Europeana Fashion”(2012) e della piattaforma digitale “Europeana Fashion Portal” [migrato sul portale europeana.eu e diventato “Europeana Collections” nel Maggio 2016], gestiti dal 2015 dall’associazione internazionale EFHA, [Europeana Fashion International Association] con l’obiettivo di raccogliere e condividere oggetti digitali di “cultural heritage” della moda, integrando collezioni di musei pubblici con archivi privati, nella prospettiva di valorizzazione di contenuti dall’alto valore culturale, storico e scientifico, come riconosciuto dall’UNESCO (“Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage”, General Conference of UNESCO, 16 November 1972). Negli ultimi anni, proprio l’Università Iuav di Venezia ha collaborato in sinergia con Europeana, per la conferenza *Fashion Digital Memories* [Europeana Fashion Symposium 2017, in collaborazione con Università Iuav di Venezia e The New School Parsons Paris, Venezia 22-23 Maggio 2017] e per *Fashion and the Politics of Heritage* [EFHA International Conference 2019, London College of Fashion, 8-9 Novembre 2019, in collaborazione con University of the Arts London, Università Iuav di Venezia e The New School Parsons Paris], come occasioni di dibattito accademico sulle ricerche

nell’ambito dell’heritage, e sui progetti di valorizzazione degli archivi nel confronto con le potenzialità offerte dalle tecnologie digitali e con le politiche aziendali.

Le potenzialità dell’archivio, in termini di *storytelling*, comunicazione, e celebrazione del lavoro dei designer, sono emerse anche dalle grandi retrospettive internazionali degli ultimi anni, che hanno messo in scena gli archivi di fashion designer, couturier, maison e brand in formato spettacolare, in forme di exhibit che hanno riscosso grande attenzione mediatica e consenso popolare, come analizzato negli articoli “The Growing Popularity Of Fashion Exhibitions”, di Olivia Pinnock [Forbes, 14 Marzo 2019] o in “The Most Iconic Fashion Exhibits of All Time: Is Fashion Truly Museum Art?”, di Vienna Vernose [CR Fashion Book, 28 Marzo 2019]. Per citarne alcune: *Alexander McQueen: Savage Beauty*, prima al Costume Institute del Metropolitan Museum of Art di New York (2011) e poi al Victoria & Albert Museum di Londra nel 2015 o le grandi mostre di Dior, *Christian Dior: Couturier du rêve*, ospitata al Musée des Art Décoratifs nel 2017 (in occasione dei settant’anni dalla fondazione della Maison) e *Christian Dior: Designer of Dreams*, al V&A (2019) e la recentissima *Thierry Mugler: Couturissime* (Montreal Museum of Fine Arts, MMFA, 2019 - Kunsthall, Rotterdam, 2020). Anche il lavoro di diversi direttori creativi di brand storici rivela la pratica di confrontarsi con i materiali d’archivio, raccontando la necessità di confrontarsi con la storia del marchio pur nell’esigenza di creare una nuova immagine e produrre un design aggiornato: è il caso, ad esempio, di Riccardo Tisci, direttore creativo di Burberry che nel 2018, in collaborazione con l’art director Peter Saville, ha rielaborato un vecchio logo del 1908 e le iniziali di Thomas Burberry, fondatore dell’azienda, per creare un monogramma che diventa una sorta di *statement* stampato sui capi delle nuove collezioni o il caso di Maria Grazia Chiuri, alla direzione creativa di Dior, che ha dichiarato di dover trovare un “giusto equilibrio” con la storia nel progetto delle collezioni contemporanee, nell’articolo “Inside Dior’s unseen archive with Maria Grazia Chiuri”, di Osman Ahmed, su The Business of Fashion, del 12 febbraio 2017. Alcuni grandi marchi italiani ed internazionali hanno avviato politiche di valorizzazione dell’archivio, monumentalizzandolo nella prospettiva di strategie di *brand heritage*, in cui convivono attività di marketing e comunicazione e progetti di riflessione in forma di display che insistono sui codici estetici, sull’immaginario costruito dal brand e sulle sue tradizioni artigianali, tra verità storica e mitologie aziendali, come evidenziato in alcuni articoli quali “Fashion brands build museums as archives gain value”, di Lou Stoppard [Financial Times, 22 luglio 2016] o “For Brands Big and Small, Fashion Archives Can Be a Powerful Asset”, di Lauren Sherman [The Business of Fashion, 18 Novembre 2013], che mettono in luce anche i risvolti economici di queste operazioni, in cui l’archivio è valorizzato anche a livello patrimoniale, oltre che nella dimensione culturale. Ricordiamo ad esempio il *Valentino Garavani Virtual Museum*, inaugurato nel Dicembre 2011, come esposizione permanente in ambiente digitale, un museo virtuale della storia di Valentino, navigabile tramite un’applicazione scaricabile su desktop [valentino-garavani-archives.org], collegato a un database con tecnologia 3D: oltre trecento abiti degli archivi Valentino, insieme a bozzetti originali, fotografie e servizi fotografici pubblicati sulle riviste di moda, immagini di personalità fotografate sul *red carpet*. Nella “media gallery” sono presenti più di cinquemila immagini e novantacinque filmati di sfilate, una sorta di evoluzione della mostra “Valentino a Roma: 45 Years of Style”, all’Ara Pacis a Roma nel 2007. Ancora, è il caso di Armani, che il 30 Aprile 2015 ha inaugurato il suo museo-fondazione, *Armani / Silos*, in via Bergognone 40 a Milano, per celebrare i suoi quarant’anni di carriera: un grande spazio espositivo di 4.500 metri quadrati che si sviluppa su quattro piani, in cui le collezioni dai primi anni Ottanta del XXI secolo a oggi, sono esposte in un allestimento non cronologico ma che procede per temi trasversali a collezioni di anni e stagioni differenti, oltre a un approfondimento sui materiali tramite postazioni di navigazione dell’archivio digitale, accessibile solo all’interno del museo.

Il 10 Gennaio 2018, Gucci ha inaugurato *Gucci Garden*, nuova veste del Gucci Museo del 2011, all'interno dello storico Palazzo della Mercanzia, in piazza della Signoria a Firenze, trasformato dalla visione del direttore creativo di Gucci, Alessandro Michele: lo spazio ospita una boutique con prodotti in edizione limitata, un bookstore con un'attenta selezione di pubblicazioni di ricerca, il ristorante "Gucci Osteria" dello chef Massimo Bottura, e l'area espositiva "Galleria" curata da Maria Luisa Frisa, composta da diverse sale tematiche, rendendo omaggio all'archivio Gucci, attraverso un display di oggetti storici in dialogo con le collezioni contemporanee. Qui l'archivio invade le stanze, i cui nomi, "Guccification", "Paraphernalia", "Cosmorama", "De Rerum Natura", "Ephemera" alludono alla lettura critica dei codici aziendali e all'attraversamento dell'archivio stesso, e dei suoi materiali, reinterpreteati e riorganizzati in temi dallo sguardo del curatore. Nel contesto internazionale, alcune esperienze confermano, e in molti casi hanno anticipato, questo tipo di pratica di valorizzazione e celebrazione del brand attraverso l'archivio. Un caso emblematico e speciale per il progetto e la sua evoluzione, è quello del Musée Yves Saint Laurent di Parigi, inaugurato il 3 Ottobre 2017, che celebra il lavoro del couturier francese attraverso l'installazione di una selezione permanente di abiti, accessori, disegni, fotografie, video e mostre tematiche temporanee. Situato nel leggendario *hôtel particulier* del numero 5 di avenue Marceau, sede dello studio e dell'atelier di Saint Laurent dal 1974 al 2002, il Musée è sede della Fondation Pierre Bergé-Yves Saint Laurent, che da fondazione privata ha ottenuto il riconoscimento di museo pubblico, grazie al grande sforzo di raccolta, organizzazione, studio, catalogazione, conservazione e valorizzazione dell'archivio delle creazioni del couturier. L'accesso alle collezioni è implementato anche grazie a un archivio digitale navigabile nella sezione "La Collection" del sito web del museo e che racconta il grande progetto di recupero dell'eredità creativa di Yves Saint Laurent a opera di Pierre Bergé, come testimoniato nell'articolo "Pierre Bergé on Curating the Legacy of Yves Saint Laurent", di Olivia Singer, su Another Magazine del 14 Settembre 2017. Sempre in ambito internazionale, la società multinazionale francese LVMH, che unisce diverse aziende dei settori della moda e del lusso in Francia, Italia, Spagna, Svizzera, Regno Unito e Polonia, nel 2011 ha dato vita al progetto *Le Journées Particulières*, un'iniziativa volta a condividere il patrimonio degli archivi e celebrare le tradizioni artigianali delle aziende del gruppo, articolata in giornate di aperture speciali al pubblico di atelier, palazzi e negozi storici, in una prospettiva di valorizzazione delle specificità artigianali e delle identità territoriali e culturali. Gli atelier di Haute Couture Christian Dior in Avenue Montaigne, l'atelier per gli ordini speciali di Louis Vuitton ad Asnières, i saloni di Chaumet a Place Vendôme, l'atelier di calzature su misura di Berluti, la sala di degustazione Hennessy a Cognac, il sito di produzione delle fragranze Guerlain a Orphin, l'atelier Louis Vuitton nella Drôme, la tenuta vinicola Numanthia in Spagna, la Maison di profumi Acqua di Parma in Italia e le manifatture orologiaie Zenith, TAG Heuer e Hublot in Svizzera, la Villa Pucci di Granaiolo a Castelflorentino, sede dell'archivio storico Pucci, sono solo alcuni degli esclusivi luoghi aperti a visite guidate, mostre temporanee, dimostrazioni tecniche dei processi artigianali, conferenze e percorsi interattivi. Un caso molto interessante riguarda l'archivio di oltre 10.000 abiti di haute couture della collezione personale del couturier Azzedine Alaïa [scomparso nel novembre 2017], che ha visto scendere in campo l'Association Azzedine Alaïa [diventata Fondation Azzedine Alaïa il 28 Febbraio 2020] e Carla Sozzani, co-fondatrice dell'associazione, musa e mentor di Alaïa, in sinergia con The New School Parsons Paris e il team del Costume Institute del Metropolitan Museum of Art di New York: Carla Sozzani insieme a Jessica Glasscock, research associate del Costume Institute, hanno dato vita a un progetto di studio e catalogazione della collezione, con gli studenti del corso "Archiving Fashion" tenuto da Marco Pecorari, direttore del Master in Fashion Studies, utilizzando le linee guida di catalogazione del MET [1-18 Luglio 2019], nell'ottica del recupero della "memoria" della moda, come ribadito da Olivier Saillard,

direttore della Fondation Alaïa, nell'articolo *Late Designer Azzedine Alaïa's Personal Couture Archive Revealed - to Students*, di Fleur Burlet, su WWD, del 19 Luglio 2019.

Proprio quello della memoria, è un tema strettamente legato all'archivio, che diventa "luogo della memoria", attingendo alla teorizzazione dello storico francese Pierre Nora, in *Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire*, [Representations, vol 26, Special issue: Memory and Counter-Memory, University of California Press 1989, pp.7-24]. Questa lettura è uno dei tanti contributi teorici approfonditi in occasione di un ciclo di seminari, intitolato *Fashion and Evocation*, tenuti da Caroline Evans, docente della Central Saint Martins, come visiting professor presso l'Università Iuav di Venezia, nell'ambito del Dipartimento di Culture del progetto [autunno 2016]. L'archivio in relazione ai concetti di tempo, storia, narrazione, partendo dalle idee di traccia, gesto, oggetto e memoria, è stato oggetto di approfondimento durante quel ciclo di seminari, rivolti agli studenti magistrali in Arti visive e Moda e ai dottorandi in Scienze del design, e svolti all'interno del corso magistrale di Storia e teoria della moda tenuto da Alessandra Vaccari allo Iuav e dedicato al concetto di *nowness* nella moda. Quelle riflessioni sono confluite poi nella pubblicazione *Il tempo della moda*, a cura di Evans e Vaccari [Mimesis, Milano-Udine 2019] e che è stata considerata in questa ricerca, interpretando l'uso dei materiali d'archivio in relazione a diverse concezioni del tempo: le due autrici individuano tre qualità principali del tempo in relazione alla moda, industriale, antilineare e ucronico, inquadrando le pratiche d'archivio nel fashion design nella combinazione tra gli ultimi due. Nel 2017, ho avuto poi occasione di approfondire le riflessioni di Caroline Evans anche in occasione di un altro ciclo di seminari, *Imagining the Archive* [Spring Term 2017, Unit 7] tenuto dalla stessa docente alla Central Saint Martins, rivolto ai corsi di Fashion History and Theory [BA] e di Fashion Communication [MA]: durante i seminari l'archivio è stato analizzato nel confronto, tra gli altri, con il pensiero di Foucault e Derrida, precisando l'interpretazione dell'archivio come istituzione di controllo e di potere, fino all'idea di "material mnemonics" di Peter Stallybrass, leggendo gli oggetti d'archivio nella prospettiva della cultura materiale della moda, come dispositivi in grado di trattenere e restituire la memoria, in un continuo scambio tra passato e presente. Le relazioni tra moda e tempo e quelle tra dimensioni temporali differenti, sono centrali nell'affrontare la ricerca su un archivio di un'azienda di moda, in cui abiti e immagini riemergono dal passato per essere continuamente rieditati nelle pratiche di design. Non è un caso che, in un contesto in cui l'uso creativo dell'archivio risulta di forte attualità, l'Anna Wintour Costume Center del Metropolitan Museum of Art, e Andrew Bolton, Curator in Charge del Costume Institute, abbiano scelto di dedicare al "Tempo" la mostra di moda *About Time: Fashion and Duration* [7 maggio-7 settembre 2020, rinviata all'autunno 2020]. Partendo dal concetto di durata [*la durée*] del filosofo Henri Bergson [1889] e dalle suggestioni del romanzo *Orlando* di Virginia Woolf [1928], il progetto ragiona su una selezione di abiti compresi in un arco temporale che va dal 1870 a oggi, e in cui oggetti appartenenti a epoche differenti sono installati insieme e messi in relazione per evidenziare i rimandi al passato nelle creazioni più recenti, e individuare le forme che in qualche modo "resistono" e sopravvivono al trascorrere del tempo. La moda risulta un campo in cui queste dinamiche di sopravvivenza del passato risultano ancora più evidenti, insite nella sua natura stessa, tanto da diventare una sua specificità, che richiedono analisi e letture specifiche, come la ricerca condotta in questa sede si propone di dimostrare. Ecco dunque il cortocircuito: l'approccio empirico della mia attività professionale e la riflessione critica sulle specificità della moda.

Ma forse, tanto cortocircuito non è: un numero di "Design and Culture" del 2015 è stato dedicato alla ricognizione di diverse ricerche accademiche in cui il tema e il valore della soggettività nell'ambito metodologico degli studi di design, senza che l'oggettività ne sia necessariamente pregiudicata: al contrario, "un riconoscimento critico del ruolo della

soggettività produrrà un approccio *più razionale*”.³ Questa metodologia dialoga con l’idea che il rapporto tra soggetto e oggetto di studio è sottoposto a variabili diverse, e che questa consapevolezza può portare a nuove prospettive di indagine mediando tra l’autorità oggettiva dell’accademia e l’esperienza soggettiva del ricercatore, mentre studia oggetti che, a loro volta, “parlano”.

L’idea di questo lavoro è proprio quella di orchestrare il dialogo tra la prospettiva interna di un archivio aziendale (visto esattamente per quello che è: un archivio aziendale, non una collezione, non un museo) e i temi dei Fashion studies (il rapporto con l’heritage, su tutti).

La tesi si articola in tre capitoli. Il primo si concentra sull’analisi degli snodi fondamentali che si sviluppano attorno all’archivio, evidenziando come il movimento centripeto e centrifugo che lo caratterizza intercetti alcune specificità della moda.

Il secondo capitolo declina queste stesse caratteristiche nell’ambito del museo d’impresa, dove le problematiche dell’archivio sono guardate rovesciando il punto di vista: patrimonio aziendale e fulcro di strategie di innovazione e comunicazione del marchio, in un’ottica di brand heritage.

Infine, il terzo capitolo tratta dall’interno il caso studio dell’archivio storico Versace.

Nato come progetto del dipartimento “Information Technology” dell’azienda nel 2011, si è sviluppato nella creazione di un “Heritage department” dedicato alla valorizzazione e conservazione degli oggetti d’archivio, nel 2015.

L’Archivio Versace è un patrimonio ricchissimo di idee, informazioni e documenti importanti non solo per la azienda ma rilevanti a livello italiano e internazionale, così come la storia del progetto Versace che tiene insieme fashion design, fotografia, cultura pop, produzione per il teatro e pratiche curatoriali nella moda attraverso le mostre, le pubblicazioni e i progetti editoriali realizzati in oltre quarant’anni. Un punto fondamentale dell’analisi condotta nel terzo capitolo è l’analisi dell’esperienza della mostra *Gianni Versace. L’abito per pensare*, curata da Nicoletta Bocca e Chiara Buss al Castello Sforzesco di Milano nel 1989. Le schede di catalogazione degli oggetti e dei materiali esposti in quella mostra, sono state considerate come riferimento per lo studio degli oggetti dell’archivio e per l’elaborazione di modelli di schede di catalogazione e conservazione create insieme al team di restauro tessile delle Galleria degli Uffizi-Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti. La mostra del 1989 al Castello Sforzesco, si rivela ancora oggi un esempio importantissimo di approccio specifico e scientifico allo studio della moda, precisando anche come il dispositivo della mostra di moda si configuri come strumento di indagine, analisi e riflessione progettuale e apra a considerazioni su come raccontare la moda, le sue storie, i suoi oggetti e le relazioni tra questi. *Gianni Versace. L’abito per pensare* conferma questa sua valenza anche nelle recenti ricerche condotte da Maria Luisa Frisa in occasione della mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, curata da Frisa, con exhibition making di Judith Clark, al Museo Poldi Pezzoli di Milano (21 febbraio - 4 maggio 2020), in collaborazione con il Dipartimento di Culture del progetto, Università Iuav di Venezia e con il Centre for Fashion Curation, University of the Arts London. In *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, Gabriele Monti individua negli esiti del progetto al Castello Sforzesco, i risultati di un dibattito sviluppato in Italia nel corso degli anni Ottanta, avviato dalla mostra *1922-1943: Vent’anni di moda italiana*, curata da Grazietta Butazzi, con il coordinamento di Alessandra Mottola Molino (Milano, Museo Poldi Pezzoli, 5 dicembre 1980 - 25 marzo 1981), riflessione che ha impostato interrogativi centrali sullo statuto culturale della moda italiana, e per la definizione della moda stessa come disciplina. In merito a *Gianni Versace. L’abito per pensare*, Monti evidenzia come il progetto sia rilevante a livello italiano e internazionale per il confronto diretto con la moda contemporanea, e allo

stesso tempo riconoscendole lo statuto di oggetto culturale da collezionare. Un progetto che interroga non solo il dispositivo mostra, ma che riflette sulle azioni necessarie a immaginare cosa un museo della moda debba conservare e quali professionalità debba formare, per arrivare a contribuire alla definizione di una disciplina profondamente connessa alla contemporaneità e alla dimensione commerciale.

In questa prospettiva, la tesi affronta l’archivio come luogo fisico e ideale, in cui si raccolgono anche i risultati di queste esperienze, e di quelle ricerche, configurandolo come patrimonio dal grande valore storico e culturale.

Un patrimonio che ha molte cose da dire, se riusciamo a intercettarne il linguaggio.

³ Kjetil Fallan, Grace Lees-Maffei, *It’s personal: subjectivity in design history*, “Design and culture”, Vol. 7, issue 1, Bloomsbury 2015, p. 21.

1.1 Considerazioni metodologiche

In un articolo del 2018 Luz Neira Garcia sottolinea come negli ultimi 20 anni ci sono state più di 200 mostre a tema moda che hanno attratto un gran numero di visitatori e una buona copertura da parte dei media,⁴ a dimostrazione del fatto che la moda è un fenomeno di interesse collettivo che presenta un ampio margine di indagine e comunicazione.

Parallelamente, l'ambito dei *Fashion Studies* si sta sempre più configurando come settore interdisciplinare dove la moda viene indagata da vari punti di vista come fatto culturale complesso. In questo panorama caleidoscopico, però appare sempre più importante individuare una metodologia specifica degli studi sulla moda.

Il testo *Fashion Studies* (a cura di Heike Jenss, Bloomsbury, Londra e New York 2016) si apre con alcune riflessioni di Christopher Breward sulla necessità di rafforzare un "apparato informato e critico per lo studio della moda contemporanea" che restituisca attraverso lo studio della moda e dell'abito i "molteplici strati di significato della moda". Citando un intervento di Hazel Clarke, "La moda non definisce. Piuttosto è un termine che richiede una definizione" nell'ambito della conferenza *Locating Fashion / Studies* (organizzata da Heike Jenss alla Parsons School of Design, The New School, nel 2010), Breward auspica un approfondimento di metodi specifici di ricerca nell'ambito degli studi di moda, e la precisazione di metodologie che tengano conto dell'identità disciplinare della moda, in considerazione della complessità del campo di studio e dei molteplici livelli interpretativi connessi.

Facing the wide scope of fashion as a global industry and as matter, practice, and dynamics that shape and change bodies and identities, figuring out one's method / s in the conduct-ing of fashion research is anything but a straightforward process. In the context of fashion studies, this seems to be even more so the case since the field has evolved without a "methodological canon", as traditionally part of longer existing university disciplines, such as anthropology or art history, which along with numerous other disciplines and fields feed into research and knowledge formation in fashion studies.⁵

Nella prospettiva della mia ricerca, che parte dallo studio dell'archivio storico Gianni Versace, l'obiettivo è quello di contribuire anche alla riflessione in ambito metodologico in relazione allo studio della moda, e a diverse questioni riguardanti il tema dell'archivio, indagato nella duplice dimensione di progetto e di strumento di progetto.

Riguardo alla mia posizione nei confronti dei materiali oggetto di studio, è da registrare un dato che attiene alla doppia natura della mia condizione di ricercatore e di archivista e coordinatore delle attività dell'Heritage department, istituzione interna all'azienda che ha dato impulso alla costituzione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico Gianni Versace.

Il mio ruolo rispetto all'archivio studiato e la mia posizione di studioso esterno all'azienda, rientrano nella prospettiva definibile, prendendo in prestito un concetto che deriva dall'antropologia culturale, come "osservazione partecipante", offrendomi la possibilità concreta di confrontarmi con gli oggetti e i materiali d'archivio in modo diretto e dall'altra parte, dandomi strumenti e spazi di riflessione scientifica sugli stessi.

L'osservazione partecipante, intesa in senso lato, riguarda quella pratica che si deve a Bronislaw Malinowski, che, con la sua esperienza sul campo nelle isole Trobriand, in Melanesia, raccontate poi nel testo *Argonauti del Pacifico Occidentale*, non solo fonda l'antropologia moderna, ma stabilisce un paradigma di pensiero valido e applicabile tuttora in diversi contesti.

⁴ Luz Neira Garcia, "Fashion: Cultural Heritage and the Made in", in *ZoneModa Journal*, vol.8, n.1 (2018).

⁵ Heike Jenss, "Introduction. Locating Fashion / Studies: Research methods, sites and practices", in *Fashion Studies*. Bloomsbury, Londra e New York, 2016, p. 2.

Per Malinowski, il ricercatore non può limitarsi a registrare dati, né ad osservare dall'esterno: per comprendere i fenomeni che studia deve diventare parte integrante della comunità che lo ospita, adottandone il punto di vista, “a capire come i suoi ospiti vedono se stessi nel loro mondo”.⁶ Cambiare il punto di vista, però, non significa adottarlo *in toto*: è necessario per il ricercatore mantenere quello scarto, quella differenza che gli consenta di passare agevolmente da un mondo all'altro. È proprio questo sguardo obliquo che permette di notare cose che altrimenti non avrebbero dignità di essere notate, perché parte integrante di procedimenti acquisiti e resi automatici.

Proprio per questo, la pratica dell'osservazione partecipante risulta lo strumento migliore per avvicinarsi al tema dell'archivio.

In questo senso, il mio approccio all'archivio si muove su un doppio binario: da un lato, il rapporto con l'archivio fisico, il contatto con la materialità degli oggetti che contiene, le pratiche classificatorie e organizzative che ne sono alla base; dall'altro, lo sguardo alla teorizzazione dell'archivio, al suo essere luogo simbolico dove i documenti si trasformano in storia, diventano strumenti per la memoria, ma anche si definisce in quanto dispositivo creativo dove la storia, proprio per il suo essere disposta lì, sotto forma di materiali eterogenei, può sfuggire alla narrazione originaria ed essere decontestualizzata, diventando incipit, sfondo, o personaggio di una nuova storia funzionale al brand.

La mia indagine sull'archivio, sui suoi contenuti e sulle diverse pratiche collegate, si muove sullo sfondo di studi condotti da una serie di autori che hanno ragionato sul dialogo tra passato e presente nella moda, sui rapporti tra tempo, memoria e progetto, oltre ad aver offerto esempi sui metodi di studio di queste questioni. Nel primo capitolo “History” del suo testo *Fashion at the Edge*, Caroline Evans scrive:

A consideration of historicism in the 1990s fashion enables the articulation of a series of metaphors to think about fashion time and how it operates—crumpled fabric, the labyrinth, the telescope and the tiger's leap. Writing in the 1930s, Walter Benjamin argued that “every image of the past that is not recognised by the present as one of its own concerns threatens to disappear irretrievably”[...] The metaphor of historical time as a labyrinth or maze, doubling back on itself, provides a model to understand the historical rely between past and present in 1990s fashion. [...] like the 1990s fiure of the DJ, fashion designers sampled and mixed from a range of sources to create something new, rummaging through the historical wardrobe to produce clothes with a strictly contemporary resonance.⁷

Evans riflette sul pensiero di Benjamin e sulla sua teorizzazione delle “immagini dialettiche”, come giustapposizione di immagini del passato e del presente in dialogo critico e parla di un approccio metodologico simile a un “historic scavenging” e “ragpicking” tra le diverse dimensioni temporali, non solo rispetto a una pratica diffusa nella progettazione della moda ma anche nello studio e nell'analisi dei diversi frammenti del passato. Il lavoro della Evans sviluppato in *Fashion at the Edge* è ripreso da Judith Clark nel progetto di fashion exhibition *Spectres. When Fashion turns back* (Victoria and Albert Museum, ModeMuseum Antwerpen, London 2004), come riflessione in chiave allestitiva sulle relazioni tra passato e presente e sui continui rimandi dell'uno nell'altro, simili alle ombre proiettate dalle “lanterne magiche”, dispositivo scenico installato in mostra per alludere ai processi e alle modalità di queste connessioni.

Sulle relazioni che legano la moda con la sua storia e con la storia in senso più ampio e sulle dinamiche di questo processo, Maria Luisa Frisa scrive sulla “circolarità imperfetta della moda”:

⁶ Cfr. Ugo Fabietti, *Elementi di antropologia culturale*, Milano, Mondadori, 2015, p. 37.

⁷ Caroline Evans, *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity, and Deathliness*. New Haven, CT: Yale University Press, 2003, pp. 22, 25.

In quella circolarità inventiva, in quel guardarsi indietro e intorno in un continuo e perplesso vagabondare, che è proprio della moda, per rinnovarsi a ogni stagione. In quel tenere insieme, in maniera analogica e non logica, le cose più diverse [...] la moda è circolare perché ha un rapporto simultaneo con il futuro e con il passato. Questa attenzione a due diverse dimensioni temporali costringe la moda a quell'eterno ritorno che ripropone ciclicamente quelle che all'apparenza appaiono come ripetizioni delle stesse forma, e che sono invece ogni volta differenti, deformate dalle attitudini di quel gusto che le ha riportate in superficie. Una dialettica affascinante che si ripropone senza regole prestabilite. [...] la relazione che lega la moda con la sua storia e con la storia in senso più ampio non si sviluppa in maniera lineare né segue una cronologia. Ulrich Lehmann titola un suo studio sul rapporto tra moda e modernità *Tigersprung*, prendendo in prestito la definizione di Walter Benjamin: la possibilità di balzare dalla contemporaneità al passato e ritorno, senza dover dare una giustificazione alla propria scelta. È in questo gioco di sguardi in cui la moda si ridefinisce ogni volta rendendo sempre presenti e contemporanee le forme del tempo [...] si tratta di un atteggiamento condiviso anche da molti artisti delle ultime generazioni e perfettamente racchiuso in tutte quelle pratiche di editing o montaggio che hanno trovato una precisa definizione nella teorizzazione della *postproduction* di Bourriaud.⁸

Frisa fa riferimento a Bourriaud e a questo mix di passato e presente, come a un riciclo di immagini e forme che implica una navigazione continua tra i meandri della storia della cultura, una pratica e un processo di navigazione estremamente connesso al tema dell'archivio, come luogo in cui le diverse dimensioni temporali convivono senza soluzione di continuità, simultaneamente disponibili all'uso del creativo, e all'analisi dello storico e dello studioso. Confrontarsi con questa dimensione di simultaneità è necessario per chi intraprende lo studio di un archivio di moda, così come l'elaborazione di un metodo che tenga conto dell'estrema eterogeneità dei materiali che lo compongono. Ho iniziato la mia ricerca selezionando una serie di oggetti di diversa natura, per analizzarli sia singolarmente che in rapporto tra loro e nella prospettiva del progetto globale dell'archivio.

Come affrontato dettagliatamente nella sezione dedicata all'archivio Versace, abiti, accessori, cartamodelli, libri, cataloghi, lookbook di sfilata, immagini su diverso supporto, inviti, cartelle stampa ed ephemera di diversa natura, sono schedati e studiati prendendo in considerazione diversi metodi di lettura e di analisi. Alla base di questo lavoro di ricerca, c'è anche la volontà di dare un contributo alla discussione sullo studio degli oggetti nei fashion studies e in questo capitolo sulla metodologia, sono restituiti alcuni esiti a cui hanno portato le indagini precedentemente condotte da alcuni autori per definire il contesto in cui si inserisce il mio intervento.

Il primo approccio è quello “intuitivo”, in cui si instaura un rapporto diretto con gli oggetti dell'archivio lasciando che questi “parlino”. Questo approccio soggettivo allo studio del design è sempre stato tenuto ai margini dell'Accademia, in quanto non aderente ai criteri di oggettività richiesti a uno studio scientifico, eppure, come sottolineano Kjietil Fallan e Grace Lees-Maffei, “le pratiche del design, le nostre esperienze con i loro prodotti, così come le narrative che creiamo con loro sono profondamente personali - e quindi soggettive”.⁹ Sulla scia di diversi studiosi citati nell'articolo, gli autori suggeriscono la possibilità di ampliare l'ambito metodologico della storia del design includendo la soggettività dell'autore come valore aggiunto all'analisi, basandosi sull'idea che “cose possono parlare”¹⁰ e portando a una “rigorosa soggettività”.¹¹ Questa prospettiva interna allo studio dell'archivio va però inquadrata all'interno di un orizzonte metodologico più ampio, dove l'idea di archivio come patrimonio vivo, e di cultura materiale e immateriale assume una valenza di più ampio respiro.

⁸ Maria Luisa Frisa, *Le forme della moda*, Il Mulino, Bologna 2015, pp. 19-20; 22.

⁹ Kjietil Fallan e Grace Lees-Maffei, “It's personal: subjectivity in Design History”, in *Design and Culture*, Volume 7, issue 1, p. 5.

¹⁰ Ivi, p. 15.

¹¹ Ivi, p. 21.

I concetti di materialità e immaterialità sono intimamente legati, oltre che alla moda, al campo dell'Heritage, filone di studi che è entrato negli ultimi anni in vari ambiti disciplinari.

La convenzione per la protezione del patrimonio culturale e naturale approvata dalla Conferenza Generale dell'Unesco nel 1972 definisce patrimonio culturale i monumenti - ovvero opere di architettura, scultura o pittura - gli elementi o le strutture di carattere archeologiche, le iscrizioni, le grotte e i gruppi di elementi che hanno un valore eccezionale dal punto di vista della storia, dell'arte, della scienza. La definizione ha incluso man mano altre tipologie di siti o manufatti, fino ad arrivare nel 2003 a riconoscere anche l' "Intangible Heritage" definito come:

Le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il *know-how* - come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi - che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale. Questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia e dà loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana.¹²

In questa accezione "heritage" è traducibile con il nostro "patrimonio culturale".

Vale però la pena riprendere le osservazioni di Giorgia Aquilar¹³ che sottolinea la differenza terminologica tra l'italiano (insieme a francese e spagnolo) "patrimonio" contro l'inglese heritage. Pur riferendosi allo stesso campo semantico, infatti, i due termini non significano esattamente la stessa cosa. Suggestiscono due approcci metodologici e orizzonti simbolici diversi.

Già nell'etimo latino dei due termini, infatti è presente una matrice diversa: *hereditas* si riferisce più specificamente al processo di ereditare, mentre *patrimonium* arriva dopo l'accettazione dell'eredità, alludendo più al valore economico.

Lo spostamento terminologico verso l'heritage non è affatto neutrale: è l' "azione dell'uomo" a risultare predominante in questo processo, più che l'oggetto.

In questo senso, se da un lato il termine heritage, in quanto più vago permette di tenere dentro una serie di eredità fluide provenienti dal passato, dall'altro, riferendosi più a un processo che a una serie di "cose", suggerisce un certo tipo di rapporto "mobile" con il presente, rapporto che non necessariamente deve essere a senso unico.

L'heritage, infatti è una pratica, non un fatto. In un certo senso, come dice Laurajane Smith, l'heritage "non esiste":

La costruzione discorsiva dell'heritage è essa stessa parte dei processi sociali e culturali che costituiscono l'heritage. La pratica dell'heritage può essere definita come tecniche, protocolli e procedure di gestione e conservazione che manager, archeologi, architetti, curatori di musei e altri esperti applicano. Può anche essere una pratica economica e/o relativa al tempo libero, così come una pratica sociale e culturale che costruisce e dà significato all'identità. Queste pratiche, così come il significato delle "cose" materiali dell'heritage sono costituite dai discorsi che simultaneamente riflettono queste pratiche nel momento in cui le costruiscono.¹⁴

L'heritage è innanzitutto una mentalità, un modo di vedere, ed è quindi in qualche modo, immateriale.¹⁵

Tutti gli studiosi concordano sul fatto che la necessità di avere, preservare e valorizzare l'heritage è tipica di quei momenti di rottura con la storia, quando l'istituzione di un nuovo ordine sociale politico e economico pone il bisogno di costruirsi un passato per garantirsi un

futuro. Per il mondo occidentale, l'evento traumatico in questo senso è stata la Rivoluzione Francese. La sistematica cancellazione dell'Ancien Règime e delle forme simboliche che lo rappresentavano ha lasciato un vuoto che andava colmato per garantire legittimità al nuovo stato di cose. Essendo un movimento nato dalla borghesia, che intrinsecamente ha bisogno di autorappresentazione, ecco che quindi la rilettura del passato in chiave funzionale al presente assume una valenza sistematica. L'eredità del passato non è più semplicemente un repertorio di stile, regole, valori, ma diventa la prova della giustezza della nuova era.

Questa declinazione di heritage ha avuto poi un ulteriore sviluppo con l'esplosione del turismo di massa e della società dei consumi.

Legandosi all'idea di "tipico", "autentico", di identità nazionale e culturale, l'heritage diventa un *prodotto*, soggetto alle stesse leggi di costruzione e manipolazione da parte dell'industria.

Il mio approccio conoscitivo relativo alle pratiche d'archivio non può quindi prescindere dalla consapevolezza che l'archivio, il suo attraversamento, il suo utilizzo nella pragmatica dell'azienda è anche legato a doppio filo con questa idea di heritage: da un lato, testimoniando un pezzo importante di cultura di visiva, di pratiche del consumo, di costruzione dell'immaginario, dall'altro, funzionando come specchio di autorappresentazione dell'azienda stessa, che rielabora la propria storia in chiave economica, oltre che simbolica.

Il concetto di heritage assume forme diverse a seconda della specificità del contesto: nella sua declinazione aziendale diventa parte di quel sistema di valori immateriali che ruotano attorno all'attribuzione di valore al prodotto moda.

Il tema dell'heritage non è solo strumento essenziale alla comprensione degli archivi e musei d'impresa della moda, ma lo è anche per le aziende per definirsi un'identità, renderla riconoscibile e desiderabile. In questo senso è fondamentale che l'heritage, in sinergia con l'archivio, documenti il passato per orientare il futuro.

¹² "Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage", General Conference of UNESCO, 16 November 1972

¹³ Giorgia Aquilar, "Heritage Vs Patrimoine. Again and Beyond", in *Heritage Orchestra Rehearsal*, a cura di Sara Macini, Venezia, Bruno, 2017, pp. 67-83.

¹⁴ Laurajane Smith, *Uses of Heritage*, Routledge, London-New York, 2006, p. 13.

¹⁵ Ivi, p. 54.

1.2 Lo studio degli oggetti e l'analisi della materialità della moda

Partire dalla materialità, quindi.

Un testo fondamentale dal punto di vista metodologico è stato per me *The Study of Dress History* (Manchester: Manchester University Press, 2002) di Lou Taylor in cui si analizzano diversi metodi di ricerca nello studio della moda, che vanno dal “artefact-based approach”, alla storia sociale ed economica, passando per la cultura materiale, ai cultural studies fino agli approcci etnografici e alla storia orale. In particolare l'approccio “object-based” è esplicitato in una serie di esempi di “good practice in artefact-based historical dress research”:

All of them combine the collecting of a specific, focused database of clothing, which is then examined in detail and set within its socio-cultural and historical context. In this way “the flounces and pleats” of artefacts become properly fused into their broader cultural and economic settings. [...] detailed examination of clothing can be and is being used to define and explain major historical and contemporary issues related, for example, to socio-cultural developments.¹⁶

Ancora, Lou Taylor procede evidenziando come “professional skill and knowledge comes from library, archive and oral history research but above all from handling and examining dress in carefull detail”.¹⁷ Questo approccio è centrale nel mio percorso di ricerca, che parte dallo studio degli abiti (e delle diverse tipologie di oggetti) d'archivio, non solo da un punto di vista materiale e progettuale, ma anche nel contesto storico e culturale in cui questi oggetti si inseriscono. La necessità del confronto diretto con l'oggetto è messa in evidenza anche negli studi di Valerie Steele, che denuncia l'abitudine accademica di trascurare gli oggetti, sottolineando il ruolo importante che possono ricoprire nello sviluppo delle conoscenze sulla moda. Pubblicato nell'ambito di un numero di “Fashion Theory” intitolato *Methodologies*, Steele interviene con “A Fashion Museum is more than a Clothes-Bag”, articolo che sottolinea l'importanza del confronto e dell'intepretazione degli oggetti per lo studio della moda, facendo riferimento proprio a quello che Lou Taylor definisce come “The Great Divide”, la frattura che esiste tra “object-based and cultural approaches”. Il dibattito sviluppato in diversi ambiti della cultura materiale¹⁸ nel caso degli studi di moda è stata caratterizzato da differenze di genere affiliazioni disciplinari (per esempio musei vs accademia) e, soprattutto, riguardo all'uso degli oggetti nella costruzione delle conoscenze sulla moda. In “A Fashion Museum is more than a Clothes-Bag”, Valerie Steele scrive: “Many scholars tend to ignore the important role that objects can play in the creation of knowledge. [...] Yet of all the methodologies used to study fashion industry, one of the most valuable is the interpretation of objects”.²⁰ Mentre l'approccio “object-based” è stato inizialmente improntato a una maggior attenzione alle caratteristiche visuali e materiali degli oggetti (soprattutto abiti) nella ricostruzione delle storie dell'evoluzione delle forme e degli stili dell'abito, l'approccio culturale si è spinto oltre l'oggetto, usandolo soprattutto come evidenza di speculazioni teoriche su temi quali il genere, identità sociali e il corpo.²¹

In questo ambito ricordiamo i lavori di Jean Baudrillard in *Il sistema degli oggetti* (1986) e di Arjun Appadurai, *The social life of things: commodities in cultural perspective* (1986). In questi studi, l'oggetto non è studiato per le sue qualità materiali ed estetiche, ma esclusivamente nel suo contesto culturale come manifestazione di pratiche di produzione e consumo. Proprio in reazione a queste tendenze accademiche, Valerie Steele richiama l'attenzione al ruolo

importante che gli oggetti ricoprono nella costruzione delle conoscenze sulla moda in modo da porre più attenzione sulla materialità della moda e sui suoi significati estetici. Mentre le controversie tra queste due dimensioni (museo vs mondo accademico) sono state discusse ampiamente in altri studi,²² sono emerse le ricerche di Giorgio Riello come terzo approccio, “fashion material culture”. Riferendosi allo sviluppo della cultura materiale come campo di studi accademico, Riello spiega come secondo questo approccio ci si avvicini agli oggetti come parte o evidenza materiale “of the life of people who interacted with these artefacts attributing them meaning”.²³ Concentrandosi soprattutto sull'abbigliamento, questo approccio mescola ricerche provenienti da discipline diverse (soprattutto antropologiche) puntando l'attenzione su la vita materiale degli esseri umani e le relazioni quotidiane tra oggetti e persone. Il mio lavoro considera tanti aspetti delle ricerche a cui ho accennato e non può prescindere dagli approcci metodologici *object-based* nell'ambito dei fashion studies, a partire dagli studi condotti da Lou Taylor e Alexandra Palmer. Le loro ricerche hanno guidato la mia attenzione sui significati della materialità nella moda, e sull'importanza di confrontarsi con gli oggetti nello studio della moda. Alexandra Palmer sostiene che: “a close examination of fashion objects can shift and deepen our understanding of the meaning of fashion”.²⁴ Rispetto ai miei interessi di ricerca e al significato del mio lavoro, queste riflessioni sono da affiancare anche a sviluppi in chiave teorica, riferendosi per esempio a quello che Riello definisce “the modalities and dynamics through which objects take on meaning”. Valerie Steele riprende un modello in tre fasi suggerito originariamente da Jules Prown, che origina dalla storia dell'arte e dalla cultura materiale . Il modello si articola in “*description*, recording the internal evidence of the object itself; to *deduction*, interpreting the interaction between the object and the perceiver; to *speculation*, framing hypotheses and questions which lead out from the object to external evidence for testing and resolution”.²⁵ Nel suo lavoro, Prown cita un altro modello di studio degli oggetti proposto da E. McClung Fleming: “The operations are as follows: 1. Identification (factual description); 2. Evaluation (judgement); 3. Cultural analysis (relationship of the artifact to its culture); and 4. Interpretation (significance)”.²⁷ Il processo prevede quindi che da un'iniziale descrizione delle caratteristiche materiali dell'oggetto, si passi a una percezione “sensoriale” dello stesso, per poi approdare alla fase finale di speculazione e di elaborazione di ipotesi e quesiti teorici da verificare con fonti esterne, e che sviluppa un programma di ricerca “from analysis of internal evidence to the search for and investigation of external evidence”.²⁸ Il metodo a cui fa riferimento Steele si configura come uno strumento fondamentale preso in considerazione nel mio percorso di ricerca così come alcune riflessioni di Alexandra Palmer in *Looking at Fashion: The Material Object as Subject*.²⁹ Palmer spiega come un'analisi “object-based” debba iniziare con una disamina ravvicinata dell'indumento, “a research skill that is learned like any other form of scholarship”.

The careful study of fashion and textiles, examining construction, style, and decoration, enlarges our understanding of historical and modern fashion and offers a unique insight into interpreting the documentary evidence in art and text. Actual worn garments can verify the canon of fashion history, and they can also complicate what we think we know and generate new ideas that contextualize the production and wearing of fashion. It is for these reasons that object analysis offers such a rich, multifaceted, and often unexpected history of dressmakers, consumers, fashion imagery, fashion writing, politics, and taste. It is evidence of the circulation, interpretation, and transformation of goods. Looking closely at physical objects helps us to understand fashion [...].³⁰

16 Lou Taylor, *The Study of Dress History*, Manchester, Manchester University Press, 2002, p. 52.

17 Ivi, p. 59.

18 vedi Karen Harvey, *Material Culture and History, A Student's Guide to Approaching Alternative Sources*, New York and London, Routledge, 2009, 1-12.

19 vedi Lou Taylor: “Doing the Laundry? A reassessment of Object-based Dress History”, in *Fashion Theory*, vol 2, issue 4, 1998, pp. 337-358).

20 Valerie Steele, “A Fashion Museum is more than a Clothes-bag”, *Fashion Theory*, 2:4, 2015, p. 327.

21 Christopher Breward, “Culture, Identities, Histories: Fashioning a Cultural Approach to Dress”, *Fashion Theory*, vol.2, issue 4, 1998, pp. 301-314).

22 Christopher Breward, “Between the Academia and the Museum: fashion research and its Constituent-cies” *Fashion Theory*, vol. 12, issue 1, 2008, pp. 83-93).

23 Giorgio Riello, “The Object of Fashion: methodological approaches to the history of fashion”, *Journal of Aesthetics and Culture* 3:1, 2011.

24 Alexandra Palmer, “Looking at Fashion: the Material Object as Subject”, in *The Handbook of Fashion Studies*, Sandy Black et al. New York and London: Bloomsbury, 2014, p. 232.

25 Jules Prown, “Mind in Matter: An Introduction to Material Culture Theory and Method”, *The Winterthur Portfolio* 17.1, 1982, pp. 1-19.

26 Ivi, p. 7.

27 E. McClung Fleming, “Artifact Study: A proposed Model”, in *Winterthur Portfolio*, vol 9, 1973, p 154.

28 Prown, op. cit., p. 10.

29 Cfr. Palmer, op. cit., pp. 268-300.

30 Ivi, p. 295.

Palmer vuole inoltre sottolineare l'importanza dell'avvicinarsi a un oggetto d'abbigliamento per interpretarlo nel modo corretto, suggerendo anche che il confronto diretto con questo non sia del tutto neutrale o passivo, anche nelle pratiche apparentemente solo descrittive delle caratteristiche legate a dimensioni, lunghezza e tessuto di fabbricazione, solo per citarne alcune. Il mio ruolo all'interno dell'archivio, mi ha permesso di non avere limitazioni o restrizioni rispetto alla possibilità di confrontarmi con gli oggetti in esso contenuti. Il problema dell'accessibilità all'archivio e della prolungata permanenza nei suoi ambienti, sia si tratti di contesto museale che di archivio privato, è un dato con cui rapportarsi nell'ambito delle attività di ricerca. Per la mia ricerca, la mia veste di archivista è stata fondamentale nel processo di avvicinamento e conoscenza degli oggetti d'archivio anche rispetto al "tempo della ricerca", e alle possibilità di raffronto concreto senza limitazioni. L'esperienza di toccare fisicamente e maneggiare i diversi oggetti (abiti, accessori, cartamodelli, cataloghi, libri, fotografie, e tutti i materiali definiti "ephemera", come gli inviti e le cartelle stampa degli eventi, per esempio) è stato il primo momento fondamentale per avviare il processo di analisi e per capirne la loro natura tridimensionale e per avviare un processo di conoscenza approfondito degli elementi e dei significati in essi incorporati. Soprattutto rispetto ad abiti e accessori (ma non solo), la necessità del confronto fisico è imprescindibile per notare tutti gli aspetti come manifattura e le molteplici caratteristiche tecniche di costruzione per avviare la comprensione e l'analisi dei significati e delle idee sottese alla loro progettazione. La possibilità del poter trascorrere tempo in archivio mi ha dato l'opportunità anche di avvicinarmi agli stessi oggetti secondo diverse prospettive e punti di vista e di ritornare sugli stessi con uno sguardo diverso e in stadi diversi della mia ricerca. Allo stesso modo la possibilità di "ritornare" a osservare e analizzare lo stesso oggetto in tempi e modi diversi, e secondo diverse angolazioni, ha favorito e stimolato nuovi momenti e livelli di conoscenza su quanto un abito, un accessorio o un catalogo possa e riesca a significare. Come sarà più dettagliatamente analizzato nella sezione dedicata all'analisi di una serie di documenti d'archivio, gli oggetti si sono dimostrati strumenti e veicoli di molteplici interpretazioni, in grado di supportare diverse speculazioni teoriche e di innescare una serie di interrogativi e domande per nuove prospettive interpretative. Rispetto al ruolo degli oggetti d'archivio e a come gli studiosi possano entrare in contatto dialogico con gli stessi, esistono studi metodologici sviluppati nell'ambito della cultura materiale e negli ambiti della storia, della storia dell'arte, della cultura materiale visuale e dell'antropologia. In ambito storico per esempio *Eye Witnessing* di Peter Burke mentre nella storia dell'arte e della cultura materiale *Art as Evidence* di Jules Prown, o nel contesto della cultura visuale *Iconology: Image, Text, Ideology* di William John Thomas Mitchell (Chicago, University of Chicago Press, 1986). In antropologia, *The objects of Evidence: Anthropological approaches to the production of knowledge*, di Matthew Engelke (Oxford and Malden: Blackwell Publishing, 2009). Sempre in ambito antropologico, ulteriori riflessioni sul ruolo degli oggetti sono state condotte da Christopher Tilley in *Reading Material Culture. Structuralism, Hermeneutics and Post-Structuralism* o in *Thinking through things. Theorising Artefacts Ethnographically*, di Amiria Henare, Martin Holbraad e Sari Wastell. In questi ultimi casi, gli oggetti non sono considerati esclusivamente come mere evidenze ma si discute del loro ruolo di attivatori di pensiero teorico nei campi delle ricerche storiche o della cultura materiale e visuale. Ciò che accomuna tutti gli studi sopra citati è l'idea di poter estrapolare conoscenze da un oggetto o da un'immagine, problematizzando anche la natura del confronto diretto con l'oggetto. Jules Prown si domanda come si possano ricavare informazioni "dagli oggetti muti".³¹ Bruno Latour, estremizzando il concetto di habitus già trattato dal sociologo Pierre Bourdieu, parla di una "agency" degli oggetti che comporta una capacità di partecipazione alle azioni sociali attraverso le loro qualità e funzioni.³²

31 Jules Prown, op. cit., pp. 1-19.

32 Cfr. Bruno Latour, *Re-Assembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford, Oxford University Press, 2007.

In associazione all'Actor Network Theory (ANT) teorici come Latour hanno suggerito l'idea della capacità degli oggetti di relazione e di partecipazione, condizionando le azioni e i comportamenti umani attraverso l'interazione con gli stessi, mediando le esperienze, trasformando le percezioni e le interpretazioni, influenzando il modo in cui gli esseri umani entrano in contatto con la realtà. Il discorso di Latour sembra però essere più interessato nel rivelare le connessioni, le relazioni e i "networks" più che concentrarsi sulle proprietà, soprattutto estetiche, degli oggetti. Considerando comunque l'idea di questa "agency degli oggetti", si può far ricorso agli studi di cultura visuale e storia dell'arte che riconoscono agli oggetti e alle immagini un ruolo attivo e la capacità di agire attraverso le loro caratteristiche materiali e visuali. L'indagine prende in considerazione quindi le speculazioni sulle immagini sviluppate nell'ambito della cultura visuale, e gli studi sulla cultura visuale che mostrano la possibilità di riconoscere alle immagini e agli oggetti estetici una certa capacità attiva. A tal proposito, mentre W.J.T. Mitchell si chiede cosa le immagini vogliano da noi.³³ Chris Gosden riprende il discorso precisando cosa gli "oggetti" vogliano,³⁴ Sherry Turkle suggerisce che gli oggetti abbiano una capacità "evocativa".³⁵ Nella dimensione della ricerca in archivio, Carolyn Steedman sostiene che l'archivio "gives rise to particular practices of reading" portando il ricercatore "to read something that was not intended for your eyes".³⁶ La lettura degli oggetti d'archivio implica una partecipazione interpretativa che prescinda dall'originaria fruizione di questi materiali: se pensiamo alle cartelle stampa, o ai cataloghi pubblicitari, così come ai lookbook delle sfilate, la loro funzione originaria e il loro pubblico originario è qualcosa di altro dal ricercatore e dallo sguardo dello studioso che li analizza criticamente per trarne interpretazioni e elaborazioni teoriche, in un momento di passaggio dal contesto dell'industria della moda alla dimensione dell'archivio.

33 Cfr. William John Thomas Mitchell, *What do pictures want? The Lives and Loves of Images*, Chicago: The University of Chicago, 2005.

34 Chris Gosden, "What do Objects want?" *Journal of Archeological Method and Theory*, 12 (3), 2005, 193-2010.

35 Sherry Turkle, "What makes an object evocative?" in *Evocative Objects. Things We think With*, Cambridge: The MIT Press, 2007, 307-326.

36 Carolyn Steedman, *Dust*, Manchester: Manchester University Press 2002, p.150.

1.3 Il confronto con l'immaterialità della moda

L'ambito della cultura materiale, però, non copre tutto lo spettro dei temi inerenti all'archivio e alla moda. Come afferma Yuniya Kawamura "La moda non sono i vestiti visibili, ma sono gli elementi invisibili inclusi nei vestiti".³⁷ Diventa quindi necessario anche il confronto con l'orizzonte dell'immaterialità, che nel caso della moda è particolarmente denso ed è presente in diverse declinazioni. Sarah Scaturro sottolinea come la moda si manifesti sia come oggetto che come sistema: se, come oggetto materiale, la moda esiste sotto forma di manufatto tridimensionale, la moda come "sistema" riguarda all'ambito della novità, della freschezza, dell'identità".³⁸

La prima declinazione di immateriale ha valenza generale è emersa già nella carrellata di studi citati nel paragrafo precedente: la cultura materiale porta con sé quasi automaticamente anche il suo alter-ego, l'immateriale. Nonostante le apparenze, i due campi sono tutt'altro che in contrapposizione: si richiamano a vicenda. In modalità tanto complesse che i confini alle volte si sfumano.

Le discipline antropologiche si sono da sempre occupate di comprendere come e perché alcuni oggetti vengano scelti per essere caricati di un significato che non ha nulla a che vedere con la funzione utilitaristica. I casi più eclatanti sono quelli degli oggetti sacri e degli oggetti artistici, che rappresentano il *climax* del processo di attribuzione di un valore culturale e simbolico che trasfigura le proprie qualità materiali: è un criterio di scelta, di attribuzione culturale di significato che trascende l'effettivo uso dell'oggetto.

Eppure, questa attribuzione di valore trascendentale, per quanto apparentemente gratuita e arbitraria è in una relazione molto complessa con la materialità dell'oggetto. È proprio a partire dalle qualità dell'oggetto che esso diventa veicolo di attribuzione di senso "divino", e all'oggetto ha sempre bisogno di riferirsi. L'autenticità (vera o presunta) della reliquia, per esempio, le qualità estetiche (che passano dall'aura alla riproducibilità tecnica, come ci insegna Benjamin, ad esempio) nel caso dell'oggetto artistico. Questo vale anche per l'abbigliamento: indossare un abito non riguarda certamente solo la necessità di coprirsi, ma diventa anche sistema di comunicazione, una lingua visiva fatta di codici e di significati. Forme, colori pattern decorativi, uno "stile". È proprio l'indefinibilità dello stile a rendere l'oggetto moda un oggetto ponte con il mondo dell'immateriale.

Se il pensiero occidentale ha portato per lungo tempo a pensare in termini dicotomici tra interiorità ed exteriorità, contrapponendo una presunta leggerezza della superficie a una profondità del pensiero, l'antropologia culturale ci insegna che le cose non stanno affatto così. Come afferma David Miller nell'introduzione di *Materiality*:

Having debated the pluralism of materiality and the pluralism of immateriality, we find, not surprisingly, that there is also a plurality to their relationship. One example of the relationship between materiality and immateriality is evident in a common technique of representation: we often assume that a material form makes manifest some underlying presence which accounts for that which is apparent.³⁹

Più avanti, Miller parla anche direttamente di abiti:

We assume that to study texture and cloth is by default to study symbols, representations, and surfaces of society and subjects. In an older social anthropology, clothes are commonly signs of social relations. Anything else would be a fetishism of them as objects. But (...) if you strip away the clothing, you find no such "thing" as society or social relations lurking inside. The clothing did not stand for the person; rather, there was an integral phenomenon which was the clothing/person.⁴⁰

37 cit. in S. Scaturro, "A materials and values-based approach to the conservation of fashion", in *ICOM-CC 18th Triennial Conference Preprints*, Copenhagen, 4-8 September 2017, ed. J. Bridgeland, art 1907. Paris, International Council of Museums, p. 2.

38 Ivi, p. 1.

39 David Miller, "Materiality. An Introduction", in *Materiality*, Durham-London, Duke University Press, 2005, p. 29.

40 Ivi, p. 32.

Questo riferimento alla persona/abito ci porta alla seconda declinazione del termine immateriale, ancora più connesso alla moda, ossia il suo riferirsi a una dimensione performativa. Se l'oggetto materiale canonico della moda è sicuramente l'abito, è anche vero che questo abito implicherebbe di essere indossato, quindi presuppone già un comportamento o una serie di comportamenti. L'abito è vivo, quando è indossato. E questo comportamento a sua volta innesca delle nuove relazioni con l'abito e chi lo indossa la cui "agency" si rimbalza da un soggetto all'altro.

Ecco quindi che l'abito o l'accessorio in sé ci raccontano solo una parte della storia. La moda ha un rapporto imprescindibile con il corpo, rapporto che condivide con altre discipline progettuali (l'architettura e il design). Ma la moda, in questo, è ancora più pervasiva. Non solo estende il corpo e si fa attraversare dal corpo: *diventa il corpo*, in senso sia fisico che simbolico, individuale e sociale. Patrizia Calefato sottolinea come questo rapporto col corpo riguardi sia il corpo individuale sia il corpo sociale soprattutto con l' "invecchiamento", inteso sia come usura fisica che come "usura semiotica".⁴¹

Nella progettazione e nella pratica sartoriale questo rapporto con corpo è letterale. Il corpo è suddiviso in parti, destra/sinistra e sopra/sotto, e a questo spezzettamento del corpo si attribuiscono dei significati: l'asse orizzontale è funzionale alla simmetria, l'asse verticale lavora sulla gerarchia.⁴²

Da un lato quindi il corpo viene misurato, reificato, dall'altro, questo stesso corpo è anche una proiezione, un personaggio, un ruolo. Che l'abito incarna, crea, definisce, costruisce. E che può rendere liberamente intercambiabili.

L'abito si colloca al grado zero del processo di costruzione dell'identità e rappresenta la prima e più immediata operazione di mediazione tra l'uomo e l'ambiente esterno. È il primo atto di delimitazione tra un me e un fuori da me.

L'abito è la prima architettura dell'uomo, ma nel momento in cui delimita un'identità, esso ne diventa anche la prima forma di autorappresentazione, ed è qui, che, secondo Dirk Lauwaert il vestirsi diventa moda: "l'abbigliamento è una pratica, la moda è un codice".⁴³ Elizabeth Wilson si chiedeva se il vestito fosse "una forma di consumismo vuoto o una lotta sotto forma di diversi codici di abbigliamento. Dissimula il sé o lo crea?"⁴⁴ Entrambe le cose, probabilmente.

Come sottolinea Maria Luisa Frisa, infatti:

Il vestito passa dall'essere un ornamento (come l'aveva definito Karl Flugel), al diventare uno strumento per dissimulare, valorizzare, illudere, mettere in mostra. Il corpo della moda è un concetto che si sviluppa sulla base del corpo vestito: il corpo indossa delle forme che lo influenzano e danno forma alla silhouette, che si carica di significati a seconda delle linee, delle aderenze e delle imbottiture.⁴⁵

41 Patrizia Calefato, *Vestire il tempo*, 2017, in Alessandra Vaccari, Caroline Evans (a cura di) *Il tempo della moda*, Mimesis, Milano-Udine, p. 106.

42 Dirk Lauwaert, "Apparel: Choice and Code", in Kaat Debo (a cura di) *The Fashion Museum. Backstage*, catalogo della mostra (Antwerpen, ModeMuseum, 21 settembre 2002- 4 aprile 2003), Ghent, Ludion, 2002, p. 49.

43 Ivi, p. 48.

44 E. Wilson, cit in Frisa, *Le forme della moda*, p. 32.

45 Ibid.

Giuliana Bruno fa rientrare l'abito nella sfera delle "emozioni", definendolo "espressione liminale del nostro abito affettivo":⁴⁶

(i vestiti) si animano con l'emozione. Si mettono fisicamente in movimento proprio come noi attivati dalla nostra persona: appesi a una crocchia, hanno solo un aspetto funerario; animati dalla cinestesia, viaggiano insieme a noi come contenitori della nostra storia.⁴⁷

E nel loro essere contenitori emozionali, continua la Bruno, gli abiti compiono un autentico processo di "traduzione" che non separa semplicemente l'interno dall'esterno ma ne diventa metafora, "mezzo di trasporto".⁴⁸

L'abito è un *habitus*, nel senso in cui lo intendeva Pierre Bourdieu: il potere degli oggetti di innescare un comportamento di cui non siamo nemmeno necessariamente consapevoli assumendo il carattere di un'abitudine che diventa parte di noi . E non serve nessun salto concettuale per vedere la similitudine, è la stessa etimologia che registra l'affinità, come fanno notare sia Francesco Remotti che Giuliana Bruno.⁴⁹ E, se vogliamo continuare a seguire l'etimologia, incontriamo un altro termine che, come abito e abitudine, deriva dalla stessa radice, che ci è abbastanza familiare: abitare. Attorno ad *habeo* c'è quindi una compresenza praticamente inestricabile in questo contesto semantico di tre significati: *abitare*, *aver abitudini*, *indossare abiti*. L'abitare rimanda immediatamente a un luogo, ma anche a un'abitudine; il termine *Habito*, frequentativo di *Habeo* [avere] indica un'iterazione, un'abitudine. *Habitus* riguarda l'aspetto, la forma del corpo, atteggiamento, disposizione.

E, continua Remotti, la relazione tra abiti, corpo, e comportamento si intreccia anche attorno alla parola "costume" che significa sia "modello" che "moda".

Georges Perec non si capacitava e criticava il potere "violento" della moda di imporre pratiche e comportamenti, e anche Veblen nella sua teoria della classe agiata riconosceva nella moda un carattere decisamente irrazionale e incomprensibile: in realtà Remotti ci dice che la moda risponde a logiche che sono tutt'altro che "capricciose", o gratuite. Ma sono proprio questi caratteri apparentemente senza senso a rendere l'abito e la moda un fatto costitutivo dell'essere umano.

L'uomo infatti si costituisce a partire da un continuo processo di differenziazione. È proprio la capacità di produrre differenze a essere la specialità del genere umano. E la differenziazione è legata a esigenze di identità.

Gli interventi sul corpo, siano essi permanenti o transitori sono un "universale culturale", riguardano quindi tutta l'umanità di ogni epoca e di ogni latitudine. E la moda ben lungi da essere un elemento di frivolezza è un elemento specifico dell'essere umano, che caratterizza il nostro "mantenerci uomini". Esprime la necessità di tradurre in forma materiale un elemento immateriale, il mutamento. La moda, intesa proprio nel suo senso etimologico di "mutamento" rappresenta quindi, per Remotti "la costante e irrinunciabile ricerca delle variazioni che la caratterizza".

"L'ornamento e la moda fanno notare che non c'è alcuna distinzione quantitativa tra sostanza e apparenza: ciò che è apparenza decide la sostanza".

⁴⁶ Cfr. Giuliana Bruno, *Atlante delle emozioni*, Milano, Bruno Mondadori 2006, p. 290.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ivi, p. 291.

⁴⁹ Cfr. Francesco Remotti, *Luoghi e Corpi*, Torino, Bollati Boringhieri, 1993, pp. 30-36.

A questo proposito risulta esemplare la ricerca di David Miller, che nel suo libro *Per un'antropologia delle cose* ci presenta il caso molto significativo di una popolazione dove lo schema di un'identità "fissa" data come immutabile che deve essere proiettata all'esterno semplicemente non esiste. L'identità è mobile: è un evento, non un fatto. Miller contesta la semplificazione per cui i vestiti siano ridotti a essere dei contenitori di un "sè reale" che i vestiti possono rappresentare o nascondere, in realtà:

se continuiamo a eliminare i nostri strati più esterni non troviamo assolutamente nulla all'interno (...) Gli abiti non formano solamente la nostra superficie, sono in realtà ciò che ci ha reso ciò che pensiamo di essere.⁵⁰

Per dimostrare questa sua convinzione, Miller ci presenta il caso della popolazione di Trinidad, un'isola nel mar dei Caraibi. Una popolazione letteralmente devota ai vestiti e a tutto quello che nell'ambito del fashion verrebbe classificato come *styling*:

A Trinidad ho lavorato per molto tempo con occupanti di case che nelle loro abitazioni non avevano né approvvigionamento idrico né elettricità. Le donne che vivevano in questi accampamenti avranno avuto una dozzina o una ventina di paia di scarpe. Un'attività del tempo libero piuttosto diffusa era organizzare sfilate di moda su una passerella provvisoria, lungo uno spazio aperto all'interno dell'accampamento. Avrebbero elemosinato, chiesto un prestito, fabbricato oppure anche rubato i vestiti. Non si trattava solo di mettere in mostra i capi d'abbigliamento, ma i capelli, gli accessori, e tutti gli altri oggetti; bisognava camminare in modo sexy e di apparire affascinanti e accattivanti. I movimenti prendevano forma a partire da una estrema sicurezza di sé e da un forte erotismo, e si esprimevano con passi lunghi e molleggiati come se bisognasse mettere in scena una danza. Nell'indossare vestiti e nel mostrarli pubblicamente era necessario avere un'attitudine che nella parlata locale veni espressa con il termine *hot*. In una serata io potevo trascorrere anche tre ore ad aspettare che fossero tutti pronti a uscire e a far festa, e li osservavo provare e scartare abiti fino a che non trovavano quello giusto.⁵¹

A Trinidad, infatti, l'identità è mobile, transitoria e si costruisce attraverso i vestiti. Le qualità di un individuo non si misurano in ciò che "è" ma nel come si presenta. Una vera e propria autopoiesi continua. I vestiti servono alle persone di Trinidad per sapere chi sono in quel determinato momento. Non c'è nessuna "interiorità" che deve essere esternalizzata. L'interiorità è completamente fuori. È non c'è nulla di superficiale in questo culto della superficie: quanto più l'individuo riesce giocare con le proprie identità, innescando accostamenti originali e interessanti, tanto più sarà riconosciuto dalla comunità.

Infatti, continua Miller,

ciò che interessava gli abitanti di Trinidad non era la *moda*, vista come il seguire collettivo di una tendenza, ma lo *stile*, inteso come la costruzione individuale di una estetica fondata non solo sul cosa veniva indossato, ma anche sul come. Veniva utilizzato il termine *saga boys* per riferirsi agli uomini che riuscivano a combinare l'originalità del taglio con modi di camminare e di parlare che non mettevano in dubbio la loro capacità di farsi notare.⁵²

⁵¹ Ivi, p. 13.

⁵² Ivi, p. 14.

Gli abitanti di Trinidad concepiscono l'identità come un processo creativo, e decisamente creativo è anche il loro modo di “assemblare” pezzi d'abbigliamento, come fossero fashion designer di loro stessi combinando e ricombinando l' archivio. È il *gallerying*:

Un altro termine locale, *gallerying*, esprimeva bene questo concetto. Lo stile di Trinidad comprendeva allo stesso tempo due elementi distintivi, individualismo e transitorietà. L'individuo doveva ricombinare le parti a modo suo e non era importante quale fosse la loro provenienza. I vari pezzi che formavano il capo d'abbigliamento potevano ispirarsi alle soap opera o alle sfilate di moda che appaiono in televisione, oppure ancora potevano essere inviate dai parenti all'estero o acquistate durante un viaggio. Oppure potevano essere semplicemente il risultato della ricombinazione di prodotti locali. Ma i vari elementi devono andare d'accordo nella loro totalità e risultare adatti alla persona che dovrà essere in grado di indossarli in modo appropriato, in teoria per un sola occasione in particolare. Non era importante il costo dei vestiti, e se gli abiti indossati in passerella appartenessero a chi li indossava o erano stati chiesti in prestito per l'occasione. Non era importante l'accumulazione ma la transitorietà. Lo stilista poteva recuperare elementi stilistici alla moda ma solo per trasformarli in un prodotto d'avanguardia e andare poi oltre.⁵³

Su questa stessa lunghezza d'onda anche Dirk Lauwaert che sottolinea come l'abito non sia esterno, ma interno, per almeno tre ragioni. In primo luogo, perché deve essere adatto al corpo, alla tua pelle. “ti sieda in una camicia”.⁵⁴ In secondo luogo perché è innanzitutto “l'estensione di un progetto interiore”,⁵⁵ e infine perché “tiene insieme le tensioni della libido con le gratificazioni canalizzate della società”.⁵⁶

E siamo quindi arrivati all'ultimo senso in cui possiamo intendere il termine immateriale, riferendoci al campo del transitorio che confluisce in una produzione di “materialità alternativa”, fatta non di oggetti in senso stretto, tutta quella costellazione di elementi , in strettissimo legame con la cultura visuale, che contribuiscono a costruire l'immaginario che ruota attorno alla moda, che alimentano il suo potere seduttivo.

Mi riferisco alle pratiche di progettazione parallele all'abito, come lo styling, la fotografia e la costruzione delle immagini e degli immaginari nel fashion design, ma anche della dimensione digitale degli oggetti e delle immagini e degli strumenti tecnologici sempre più sofisticati, che da un lato sembrerebbero risolvere i grandi crucci propri di ogni archivio, ossia la deperibilità degli oggetti e lo spazio limitato, dall'altro trasformano completamente le modalità di fruizione e di costruzione, innescando delle modalità di ricerca tutte da scoprire. Nello studio dei materiali fotografici dell'archivio storico Versace, considerato come case history per una ricerca di più ampio respiro, è stato inevitabile confrontarsi con le diverse tipologie di immagini prodotte per gli scopi più diversi (commerciali e non) ed è stata l'occasione per studiare il lavoro di una serie di autori che hanno lavorato per l'azienda ma che contestualmente hanno inciso profondamente nella cultura visuale contemporanea, italiana e internazionale (penso ad autori come Richard Avedon, Bruce Weber, Steven Meisel, Helmut Newton, Irving Penn, Mario Testino, Mert Alas e Marcus Piggott, Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Tony Thorimbert, Giovanni Gastel, solo per considerarne alcuni). L'archivio si è rivelato come una sorta di atlante di immagini da leggere e analizzare sia in relazione ad altri oggetti (le immagini di campagna pubblicitaria in relazione agli abiti rappresentati, per esempio) sia in cortocircuito e in dialogo tra loro. Nell'introduzione a *Una giornata moderna*, Mario Lupano e Alessandra Vaccari dichiarano di aver utilizzato l'approccio del saggio visuale, per analizzare gli aspetti estetici, progettuali e produttivi della moda e degli stili del periodo fascista dal 1922 al 1943, “l'ideazione e la diffusione di abiti convivono con la creazione di immagini e pratiche culturali”. L'approccio dei due autori presta molta attenzione “al potere delle immagini, interrogandole per cercare di restituire la complessità e l'eterogeneità del pensiero

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Lauwaert, op. cit. , p. 48.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ivi, p. 49.

che le ha create, rimettendo in circuito ciò che è stato isolato e cercando di individuare nuove relazioni tra le cose”.⁵⁷ Prendo in prestito questa attitudine metodologica, per applicarla allo studio delle immagini dell'archivio Versace, in una prospettiva di riflessione sulla costruzione delle immagini nel fashion design e sulla definizione degli immaginari nella moda. Sempre rispetto al metodo di indagine delle immagini e delle fotografia di moda, considero il testo *Fashion as Photograph* (I.B. Tauris, Londra e New York, 2008) di Eugénie Shinkle, per riflettere sul ruolo giocato dalle immagini nella definizione della cultura della moda e sui metodi di indagine della cultura visuale:

Photographic criticism has yet to engage with fashion photography in a sustained way, sharing with other forms of cultural criticism a kind of unspoken aversion to the medium. Fashion photography's coupling with industry and commerce, its flirtation with the frivolous and the ephemeral, its role in the marketing and selling of garments, the questionable part it plays in the construction of feminine identity- none of these have helped it to gain status in the eyes of visual and cultural studies. Lumped in with other forms of advertising, fashion images have too often been subjected to a limited range of analytical tools, most of them inherited from other discourses.⁵⁸

Lo studio delle immagini dell'archivio oggetto della mia ricerca, comporta il confronto con una serie di pratiche (pubblicitarie, editoriali, documentarie), di generi (beauty, ritratto, still life, foto tecniche, per esempio) e di figure professionali (fotografi, stylist, modelle, pubblicitari, art director, make-up artist, hairstylist, set designer, producer) che caratterizzano non solo la storia aziendale del caso particolare ma che attengono a meccanismi specifici molto complessi di costruzione degli immaginari nel fashion design. Sempre nella dimensione immateriale della moda, l'archivio diventa traccia anche delle pratiche del lavoro, in relazione agli ambienti più che agli oggetti. Il lavoro dello storico francese Pierre Nora e la sua elaborazione dei suoi “luoghi della memoria”⁵⁹ sono uno spunto per Caroline Evans nella riflessione sul tema dell'atelier come archivio delle pratiche del lavoro, dei gesti e delle pose e sulla possibilità offerta dallo studio delle immagini di un archivio di una maison di moda in termini di restituzione di quella “coralità” di figure e di pratiche professionali che caratterizza il mondo delle case di moda. In *The Mechanical Smile* (Yale University Press, New Haven and London, 2013) Evans analizza le immagini dell'archivio Worth come testimonianza delle attività della couture house, così come Amy De la Haye e Valerie Mendes, studiano il fondo fotografico “Worth” del Victoria & Albert Museum in *The House of Worth. Portrait of an Archive* (V&A Publishing, London, 2014) come riflesso del lavoro quotidiano di una maison de couture. I due testi sono uno spunto per la mia ricerca, nell'analisi di tutte quelle immagini presenti in archivio Versace che documentano le attività connesse alla progettazione, alla produzione e alla comunicazione della moda, nella realtà di un brand. Sempre nell'ambito dell'immateralità della moda e in relazione al metodo di ricerca, non posso non considerare gli oggetti digitali e l'uso di dispositivi tecnologici che fungono da supporto come strumenti di analisi dei materiali d'archivio. Nella sezione “Fashion and Materiality” del testo *The Handbook of Fashion Studies*,⁶⁰ Robyn Healy analizza l'esperienza del progetto “Valentino Garavani Virtual Museum” (2011), come “free downloadable software application” e “free desktop exhibition” per riflettere sul tema dell'immateralità della moda e dei suoi oggetti digitali nella dimensione dell'archivio e nel contesto del display della moda, e sulle modalità di consultazione per studio e ricerca dei database digitali:

⁵⁷ Mario Lupano, Alessandra Vaccari, Una giornata moderna. *Moda e stile nell'Italia fascista*, Bologna, Damiani, 2009, pp. 8-9.

⁵⁸ Eugénie Shinkle, *Fashion as Photograph*, I.B. Tauris, Londra e New York, 2008, p. 2.

⁵⁹ Pierre Nora, “Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire”, in *Representations* No. 26, Special Issue: Memory and Counter-Memory (Spring, 1989), pp. 7-24

⁶⁰ Sandy Black, Amy De la Haye, Joanne Entwistle, Agnès Rocamora, Regina A. Root and Helen Thomas (eds.) *Handbook of Fashion Studies*, Bloomsbury, London and New York, 2013.

The software activates a multilayered experience. The virtual exhibition goes beyond a curated arrangement of fashion garments. Specific garments are linked to other activities related to garments experiences / relationships, interviews, videos of past exhibitions and events, insights into design practices and a media library with 5,000 images, including dresses, photos, drawings, and 180 fashion show videos [...] An individual has the means to compare particular works, create different object sequences, and contextualized an object further by linking with other media networks.⁶¹

Il tema dell'uso delle tecnologie applicate all'heritage e agli oggetti d'archivio è stato affrontato nell'ambito di un convegno tenutosi a Venezia il 22 e 23 maggio 2017, "Fashion Digital Memories", organizzato da European Fashion in collaborazione con le università Iuav di Venezia e The New School-Parsons di Parigi. Il convegno ha raccolto una serie di testimonianze di studiosi provenienti da istituzioni museali e universitarie e di case history incentrate sulle pratiche d'archivio in relazione alle tecnologie digitali applicate come strumenti per la ricerca, lo studio, la conservazione e la comunicazione della moda e della sua storia. Ho preso parte al convegno, nella sezione dedicata al *Preserving*, con un intervento sull'uso della tecnologia nell'esperienza della digitalizzazione dell'archivio storico Versace, come pratica di conservazione degli oggetti e di loro consultazione per scopi di studio e ricerca.

1.4 Archivio, museo, collezione

Archivio, museo e collezione sono tre fenomeni che hanno molto in comune, che spesso si sovrappongono e confluiscono l'uno dell'altro, al punto da poter essere considerati differenti declinazioni della stessa cosa: raccogliere oggetti.

Eppure, per cogliere meglio il potere generativo dell'archivio e soprattutto il suo contributo essenziale per i *Fashion Studies* e all'heritage, è opportuno sottolineare le loro differenze epistemologiche e pratiche. Archivio, museo e collezione sono cose diverse, raccolgono oggetti con modalità e finalità diverse, per un "pubblico" diverso e collocandosi in temporalità diverse. Come sostiene Lauwaert:

il museo richiama l'attenzione su ciò che rischia di scomparire. L'archivio preserva ciò che rischia di essere dimenticato. È un duplice movimento di rifiuto e raccolta, di negazione e riconoscimento, l'uno si filtra nell'altro. Comunque lo si guardi, il museo è segno di una crisi - quello che un tempo era evidente ora non lo è più.⁶²

Potremmo quindi dire che l'archivio, nel suo uso conservativo, precede il museo.

La definizione di archivio è già di per sé un problema. Problema che negli ultimi anni si è posto in varie forme, anche per via del cambiamento epocale portato dal digitale e la conseguente smaterializzazione dell'archivio.

La potenzialità di archiviare tutto, da parte di tutti, ha posto la necessità di riflettere sull'identità dell'archivio, su cosa lo caratterizza e su quali sono gli scenari che la "democratizzazione dell'archivio" comporta.

Anche gli artisti hanno problematizzato l'idea di archivio, rendendone visibili le contraddizioni, le potenzialità, trasformandola in una autentica "ossessione dell'arte contemporanea".⁶³

Ma questo rinnovato interesse per l'archivio si rifà a una storia ben più antica, che di fatto caratterizza le origini stesse dell'archivio: è Jacques Derrida, infatti, a ricordarci come l'archivio sia già etimologicamente caricato di una pesante responsabilità: l'*archè* (luogo di inizio e di cominciamento), che rappresenta di fatto l'origine dell'ordine, sia naturale che artificiale.

La complessità della definizione di archivio nasce dagli slittamenti di senso stratificati dalla storia. L'archivio nasce originariamente come luogo di deposito di materiali amministrativi: ha una matrice burocratica ed era, in origine "luogo del potere". Questa matrice burocratica si è sedimentata in storia, trasformando l'archivio in un luogo culturale, ma funziona sempre come qualcosa di oscuro e a volte perturbante.

Per la legge italiana l'archivio è una struttura permanente che raccoglie, inventaria e conserva documenti originali di interesse storico e ne assicura la consultazione per finalità di studio o di ricerca, distinguendolo dal museo e dalla biblioteca per gli oggetti che conserva: documenti, beni culturali e libri.

Come nota Martino Feyles però, questa distinzione è puramente teorica, perché i termini della questione sono facilmente sovrapponibili. Lodolini, invece la definisce in modo forse a noi più utile: ossia il complesso di documenti prodotti "da una persona fisica o giuridica, pubblica o privata", nel corso della sua attività.⁶⁴

⁶¹ Ivi, pp. 339-340.

⁶² Lauwaert, op. cit. p. 47.

⁶³ Cristina Baldacci, *Archivi impossibili. Un'ossessione dell'arte contemporanea*, Johan & Levi, 2016.

⁶⁴ Cfr. Martino Feyles, *Ipomnesi. La memoria e l'archivio*, Soveria Mannelli (CZ) Rubbettino, 2013, pp. 137-139.

Più articolata la definizione proposta dalla Treccani, per cui l'archivio è:

Insieme di documenti prodotti, ricevuti o comunque acquisiti da un soggetto produttore (ente, istituzione, famiglia, individuo) per fini pratici di autodocumentazione. Per la sua individuazione sono indifferenti sia la tipologia del soggetto produttore (pubblico o privato, individuo o soggetto collettivo, semplice o complessa organizzazione) sia la tipologia dei documenti (relazioni, catasti, registri, fotografie, disegni ecc.) e dei relativi supporti (tavolette cerate, pergamene, carta, supporti informatici ecc.).⁶⁵

é quindi un *insieme* di *documenti*, di formati diversi, collezionati da soggetti diversi che però hanno come fine quello dell'*autodocumentazione*.

Già questa definizione ci mette di fronte alle questioni fondamentali:

Come devono essere organizzati questi documenti? Quali sono i documenti che si sceglie di archiviare? Quali sono le necessità dell'autodocumentazione?

Sono infatti la scelta, l'organizzazione e gli obiettivi il grado zero delle problematiche connesse all'archivio.

Più avanti la voce prosegue:

L'a. nasce come strumento di gestione che soddisfa anzitutto le esigenze contingenti di produzione e conservazione dei documenti di enti, istituzioni, persone. È lo scorrere del tempo a determinare un impiego diverso della documentazione archivistica: da strumento di gestione (uso pratico) a traccia per la ricostruzione del passato (uso culturale).⁶⁶

L'archivio ha quindi intrinsecamente una doppia natura: una squisitamente pratica (gestione) e una culturale (traccia) E questa seconda natura non è necessariamente presente dal principio, ma si aggiunge in seguito, si costruisce a posteriori.

Secondo questa definizione un archivio, o meglio, i documenti di un archivio, cambiano status nel tempo: passano da un carattere di utilizzo corrente (che serve per un qui ed ora), al suo congelamento in una dimensione di testimonianza storica.

Come afferma anche Feyles, quindi, l'archivio è per sua natura inattuale: diventa tale quando i suoi documenti si affrancano dalla loro utilità pratica.

Nel caso della moda questa idea di inattualità assume un significato ancora più esplicito.

La velocità strutturale del sistema moda fa sì che l'inattualità si manifesti in tempi molto più brevi e si creino le condizioni per una "nuova vita" dei materiali, che si riconfigurano come parte di una storia e si rendono disponibili a riattivarsi in una nuova vita, che li renda di nuovo "attuali" proprio in virtù della loro inattualità, come aveva notato già Jean Baudrillard:

La moda è sempre retrograda, ma sulla base dell'abolizione del passato: morte e resurrezione spettrale delle forme. È la sua particolare *attualità*, che non è riferimento al presente, ma riciclaggio totale e immediato. La moda è paradossalmente, *l'inattuale*. Essa presuppone un tempo morto delle forme, una specie d'astrazione grazie alla quale esse diventano, come al riparo dal tempo, dei segni inefficaci che come per una distorsione del tempo, potranno ritornare ad assillare il presente con la loro inattualità, con tutto il fascino del ritorno in opposizione al divenire delle strutture. Estetica del ricominciamento: la moda è quella che trae frivolezza dalla morte e modernità dal déjà vu.⁶⁷

Se l'archivio-archè è il luogo del *cominciamento*, la moda è il luogo del *ricominciamento*, presupponendo un processo che non ha mai fine.

⁶⁵ <http://www.treccani.it/enciclopedia/archivio/>, 27/07/2019.

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ Jean Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli, 1979, p. 100.

Questo processo però, per essere innescato, ha bisogno di certe condizioni: l'archivio non può essere un semplice accumulo casuale di documenti, questi documenti devono essere in una relazione, sistemati secondo un certo ordine. Sia perché possano effettivamente essere trovati da chi li cerca, sia anche per costruire quella rete su cui far convergere le relazioni generative. Scrive Feyles:

L'origine pratico-operativa della documentazione archivistica fa sì che tra i documenti appartenenti allo stesso a. si formi un legame (il vincolo archivistico) che rende il singolo documento parte di un mosaico, inserito in una rete di relazioni necessarie e naturali determinate dai bisogni documentari del soggetto produttore. Il rispetto del vincolo archivistico (interno, tra i documenti; esterno, tra il soggetto produttore e la sua documentazione archivistica) è il principio fondamentale della disciplina archivistica.⁶⁸

L'archivio, dunque, è tale innanzitutto se ha un proprio "ordine": non si tratta di documenti semplicemente ammassati, ma sono documenti in un certo rapporto di relazione tra di loro, che l'autore della voce Treccani definisce "necessarie" e "naturali".

É un concetto che ribadisce anche Feyles quando individua le caratteristiche peculiari dell'archivio (la sistematicità, la parzialità, l'autorità, la progettualità, la temporalità, e la spazialità). La sistematicità è il primo e il più immediato tratto essenziale che caratterizza l'archivio:

L'archivio è un sistema e in quanto tale non può mai essere l'oggetto di una "apprensione" unitaria. L'immagine è una unità; in un modo diverso anche il testo è una unità. L'archivio, invece, è una molteplicità di unità, ha il carattere della collezione, della *raccolta*.⁶⁹

Torneremo dopo su come si esplicita l'idea di relazione: ci basti per il momento sapere che, sia questi criteri di organizzazione sia l'idea dell'autodocumentazione, sia gli obiettivi cambiano a seconda della natura del soggetto che raccoglie, che "colleziona". La raccolta in sé, seppur sistematica, infatti, non è esclusiva dell'archivio: anche i musei e le collezioni private condividono questo formato, anche loro creano delle relazioni tra i documenti raccolti. Eppure sono fenomeni diversi: cambiano le modalità di raccolta, gli obiettivi della raccolta, le motivazioni che originano la raccolta.

Se l'archivio condivide con il museo una serie di procedure operative, riguardanti soprattutto le tecniche di conservazione, il copyright, l'autenticità, la presenza di un database, il riconoscimento e l'essere il risultato di una procedura di selezione, a cambiare sono le "qualità" riconosciute agli oggetti che si raccolgono.

In un museo gli oggetti sono già individuati come particolari o esemplari di qualcosa e devono essere resi disponibili per essere esposti, proprio in nome di questa loro particolarità certificata. Sono oggetti che includono già al loro interno una vocazione alla rappresentazione, mediata da una figura terza rispetto a chi li ha prodotti e chi li andrà a visitare, il curatore. Il curatore del museo seleziona gli oggetti che vanno allestiti in un certo modo per comunicare qualcosa ai visitatori del museo. Gli oggetti diventano soggetti: personaggi esemplari di una narrativa abilmente confezionata per un pubblico che chiede di essere illuminato.

L'archivio è un luogo più intimo, più esoterico. Non è allestito e i suoi documenti sono tutt'altro che esposti. Gli archivi sono un luogo in cui ci si perde, in una sequenza di cassetti da aprire, di faldoni da sfogliare. L'archivio è l'archetipo del museo, è ciò che viene prima, ma anche ciò che vi è dietro. Anche se ormai diversi archivi sono aperti al pubblico, e se molti archivi sono legati a musei, di cui costituiscono la fonte primaria, in un archivio l'esposizione dei manufatti non è prevista. Al contrario: l'archivio nasconde,

⁶⁸ Feyles, op. cit. p. 61.

⁶⁹ Ivi, p. 152.

più che mostrare. Nell’archivio non si guarda, si fruga. I suoi contenitori anonimi hanno il fascino del proibito, dello scrigno da aprire. Se il museo è il luogo della democratizzazione della cultura e della conoscenza, l’archivio è il luogo della scoperta per lo studioso, lo specialista, il tecnico, un luogo segreto di fascinazione che per essere attraversato necessita di un certo grado di iniziazione.

In questo senso l’archivio mantiene, intatta, la sua aura burocratica di luogo del potere. Anche se si parla di archivi di moda. Lou Stoppard descrive l’archivio Chanel a Parigi è come “un carcere di massima sicurezza glamour” dove “Everything has black lacquered sliding cabinets. If Karl Lagerfeld wants to look at something from 1920s or 1930s, there is, beautifully stored and catalogued”.⁷⁰ In alcuni casi l’archivio risulta precluso persino al direttore creativo del brand: quando Nicolas Ghesquière è arrivato a Balenciaga, non gli è stato consentito l’accesso all’archivio per anni, sia per motivi di copyright (i pezzi non appartenevano al gruppo che aveva acquistato il brand), sia per motivi personali (tensioni con Marie-Andrée Jouve, che fisicamente teneva le chiavi dell’archivio).⁷¹

L’archivio è uno strumento di controllo e allo stesso tempo di autorappresentazione, ci dice Mario Lupano:

L’archivio inteso come scrigno nel quale potersi riconoscere è spesso alla base anche dei processi di autorappresentazione dei marchi di moda. Già nella Parigi degli anni 20, Madeleine Vionnet aveva concepito l’archivio della propria maison come strumento di controllo quasi poliziesco, attraverso il quale tutelarsi dal fenomeno della contraffazione. Il processo di autorappresentazione è ancora oggi un tema centrale per gli archivi della moda e lo testimoniano le energie spese in questi ultimi anni per il loro potenziamento o creazione.⁷²

L’aneddoto di Vionnet si rifà in effetti a un principio intrinseco al concetto di archivio in senso tradizionale: ossia il valore di “autorevolezza” e autenticazione che svolge. Fin dalle sue origini infatti, l’archivio è innanzitutto un luogo caratterizzato da una particolare autorità, che esercita il potere di garanzia nei confronti del corpus dei documenti che esso conserva e ne attesta la veridicità.⁷³ Abbiamo usato i termini archivio e museo quasi in maniera intercambiabile, perché, nella prassi, spesso si sovrappongono, pur rispondendo a logiche differenti. Secondo l’ICOM per museo si intende:

un’istituzione permanente, senza fini di lucro aperto, al servizio della società e del suo sviluppo. È aperto al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell’umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica, e soprattutto le espone a fini di studio, educazione o diletto.⁷⁴

Due sono quindi le caratteristiche principali che deve avere un museo: acquisire secondo un criterio di conservazione di un “bene” considerato collettivo, e soprattutto di renderlo accessibile, esporlo.

Ripetiamo, quindi, le diverse finalità che hanno archivi e musei: l’archivio conserva, il museo espone.

Un museo, infatti, più che all’aspetto processuale della moda è interessato all’impatto culturale, alle sue relazioni con forme espressive e di pensiero, oltre, ovviamente alla testimonianza storica e sociale dell’abito nel contesto di provenienza, produzione, consumo.

⁷⁰ Lou Stoppard, “Fashion brands build museums as archives gain value”,<https://ft.com/content/7d838ca4-27ff-11e6-8ba3-cdd781d02d89>, 23/10/2019.

⁷¹ Ibid.

⁷² Mario Lupano, *L’archivio in mostra: materialità documentaria e dispositivo visionario*, in *Archivi e Mostre / Archives and Exhibitions*, atti del primo convegno internazionale “Archivi e Mostre” (organizzato dalla Biennale di Venezia - ASAC, nell’ambito della 13. Mostra Internazionale di Architettura, con la collaborazione della Soprintendenza Archivistica per il Veneto, 20-21 ottobre 2012, Teatro Piccolo Arsenale, Venezia), Venezia, La Biennale di Venezia, 2013, pp. 206-221.

⁷³ Feyles, op. cit. p. 145-146.

⁷⁴ cit. in Fiorella Bulegato, *I musei d’impresa. Dalle arti all’industrial design*, Roma, Carocci, 2008, p. 18.

Come afferma Linda Loppa nell’introduzione al catalogo *The Fashion Museum. Backstage*, “un museo non può mai tenere il passo con la moda. Deve essere un passo indietro ai tempi. Ma può offrire un contesto per far riflettere, analizzare, distanziarsi dall’oggetto”.⁷⁵

Le pionieristiche collezioni di moda all’interno dei musei nascono proprio in questa prospettiva: oscillando tra il polo “abito come oggetto d’arte” a abito come oggetto storico”; da un lato la necessità di “giustificare” la presenza della moda nello spazio alto del museo, per dare spessore alla “frivolezza” della moda, dall’altro il riconoscimento dell’importanza storica e sociale di questo settore.

Proprio per questo la prima forma di specificità espositiva della moda viene da un territorio esterno alla moda stessa, presa in prestito da altri contesti.

La primissima forma di musealizzazione della moda avviene come oggetto di meraviglia, all’interno delle *wunderkammer*, e, a dirla tutta, non riguardava nemmeno l’abito, ma solo un suo frammento materiale: il tessuto.

Non l’oggetto abito, quindi, ma suoi frammenti: tessuti antichi, preziosi per lavorazione o materiale.⁷⁶

Ma anche questi percorsi sono stati tutt’altro che lineari: come ci ricorda Luca Marchetti:

la moda non è sempre stata considerata legittima in ambito artistico. Anzi, la sua presenza nelle sedi espositive tradizionalmente consacrate all’arte è un fenomeno relativamente recente, diffusosi solo in seguito a due importanti trasformazioni culturali. Da una parte gli studi sulla cultura materiale (di cui la moda fa parte) ne hanno profondamente elevato lo status, dall’altra l’emergere del *curating*... si è imposto come pratica critica sempre più indipendente dalla tradizione museologica, prima nell’arte e successivamente anche nella moda.⁷⁷

Gli storici della moda fanno risalire al XVI secolo le sue origini come fenomeno estetico. Tuttavia bisogna aspettare il XX secolo per vedere riconosciuto l’impatto della moda sugli equilibri culturali e sociali, vale a dire dal momento in cui la *haute couture* parigina ha dato vita ad una nuova produzione vestimentaria di alta qualità materiale e dotata di uno statuto estetico d’autore, sottolineato anche da contributi provenienti da discipline artistiche “alte” come pittura, danza e musica.⁷⁸

Per essere accolta in un museo, la moda ha avuto quindi bisogno di definirsi “alta”, sia definendosi *haute couture*, sia ponendosi in relazione a forme artistiche già considerate elevate. Ma, come rivela O’Neill, è dovuto passare anche attraverso l’elevazione di quello che ne era il pubblico principale, le donne.⁷⁹

Il fatto di ereditare la forma espositiva propria delle belle arti, ha fatto sì che in questa prima fase gli oggetti “moda” dovessero negare la propria natura funzionale, presentandoli come oggetti artistici, meritevoli di attenzione in virtù delle proprie qualità plastiche e visive. Per di più, la modalità espositiva dell’abito su un piedistallo, accompagnata da supporti esplicativi ne testimonia anche un utilizzo pedagogico, di “educazione al buon gusto”.⁸⁰

Persino in tempi più recenti, quando ormai la moda e la dimensione del consumo era già stata acquisita in ambito artistico, persiste un certo scetticismo: nel 1983 ha destato scandalo la mostra al MET dedicata a un designer vivente, Yves Saint Laurent, organizzata da Diana Vreeland, Special Consultant del Costume Institute. Uno scandalo tale che fino al 2017 il Met eviterà di dedicare mostre ad autori ancora in vita.⁸¹

Per lungo tempo, quindi, si è ritenuto che dovesse esserci un sufficiente scarto temporale tra la moda da esporre e il tempo dell’esposizione, tale che la moda potesse ripulirsi dalle contingenze del mercato.

⁷⁵ Linda Loppa, “Introduction”, in *Selection 1:Backstage*, op. cit. p. 7.

⁷⁶ cfr. Simona Segre, “La moda esposta”, in in Luca Marchetti e Simona Segre Reinhach, *Exhibit!* Milano, Bruno Mondadori, 2017, p. 23.

⁷⁷ Luca Marchetti, “Teoria ed estetica del curating della moda”, in *Exhibit!*, op. cit. p. 6.

⁷⁸ Ivi, p. 7.

⁷⁹ Ivi, p. 11.

⁸⁰ Cfr. ivi, pp.11-12.

⁸¹ Ivi, p. 18.

Mentre il museo a poco a poco, accetta la moda come oggetto artistico, nel frattempo è proprio il mondo dell'arte a spostarsi verso una dimensione più legata al consumo, liberando la necessità della moda di inseguire l'arte, anzi quasi capovolgendone i ruoli. Come sottolinea Maria Luisa Frisa, infatti:

È evidente, oggi più che mai, che le forme della relazione tra moda e arte sono numerose e caleidoscopiche, transitano tra riflessione concettuale e motivazione commerciale, si muovono tra gli spazi dello shopping e quelli del museo. Oggi, il modo più sofisticato di trattare le relazioni progettuali tra la moda e la produzione artistica risulta essere quello di evidenziarne i contatti senza cercare di porre una delle due discipline davanti all'altra.⁸²

Il passaggio dalla *dress museology* alla *fashion museology*,⁸³ dall'abito alla moda, slittando quindi verso la dimensione dell'immaterialità, ha implementato l'importanza dell'archivio come strumento preliminare. L'archivio e le sue modalità classificatorie diventano di per sé un elemento meta discorsivo che può essere utilizzato nelle mostre, spettacolarizzando non solo il prodotto finito ma l'intero processo produttivo.

Ecco che quindi il backstage, tutto ciò che c'è dietro l'inforata stagionale di una collezione, conquista la scena principale.

C'è poi il terzo filone, quello della museologia della moda legata all'heritage, che a partire dagli anni '70 si è esteso dal patrimonio artistico al patrimonio culturale immateriale, includendo anche oggetti di consumo che hanno una rilevanza sociale, in relazione alla provenienza industriale del prodotto. In quest'ottica vanno inseriti i musei di impresa e quelli legati a tecniche, materiali e tipologie specifiche, (museo del tessuto, museo della calzatura), dove la parola "moda" scompare per lasciare il posto al know how e all'ambito produttivo in senso lato.

Ancora differente è la prospettiva del collezionista privato. Se per Feyles nella definizione stretta di archivio vero e proprio è sempre "imparziale", almeno nelle intenzioni,⁸⁴ la collezione segue un binario completamente diverso.

La collezione segue infatti un principio ispiratore e ordinatore molto più libero rispetto alle forme istituzionali del museo o dell'impresa. Alla base qui c'è il gusto e la soggettività del collezionista:

Il concetto essenziale di "vincolo archivistico" deriva da questa inintenzionalità della sedimentazione... Se però si analizza criticamente il concetto di sedimentazione involontaria ci si imbatte in una aporia apparentemente irrisolvibile. L'archivio, per distinguersi dalla collezione, *deve* essere involontario. Ma l'involontarietà assoluta è impossibile per principio. Bisogna dunque intendere involontarie come assenza di selezione. Il collezionista sceglie, l'archivista no.⁸⁵

Il problema è la diversità dei criteri che motivano la scelta di ciò che deve essere conservato. Mentre la collezione è costruita a partire da una dichiarata intenzione soggettiva, l'archivio è costruito a partire da una *intenzione di obiettività*.⁸⁶

Si potrebbe sostenere che questa intenzione di obiettività non valga affatto per gli archivi di impresa, che, al contrario, sono generati a partire dall'impresa e per l'impresa, avvicinandosi abbastanza all'idea di collezione. I collezionisti privati, però, hanno anche un rapporto molto diverso, quasi feticisti con gli oggetti che raccolgono.

Il collezionismo nasce all'interno della borghesia, diventando comportamento tipico:

Le molle del collezionare si moltiplicano quanto i collezionisti, psicologia e psicoanalisi le studieranno in dettaglio: mania, nevrosi, ostentazione, stravaganza, orgoglio, compensazione?... Il collezionista è un possessivo, ama il rischio e la competizione; antagonismo, rivalità, difficoltà acquiscono il suo appetito, eccitano le sue capacità combattive; non indietreggia di fronte a nessuna trappola, manovra o tribolazione.⁸⁷

I collezionisti, come diceva Benjamin, sono i fisiognomisti delle cose: "basta osservare come un collezionista maneggia gli oggetti della sua vetrina. Appena li tiene in mano, pre guardare ispirato attraverso di loro, nelle loro lontananze".⁸⁸ Proprio per via di questo rapporto personale con le cose, Elio Grazioli definisce la collezione addirittura come "una forma d'arte":

Le collezioni di oggetti hanno per molti versi varie cose da insegnare a quelle d'arte, una loro superiore libertà e insieme una loro necessità più sentita e reale, ma anche una maggiore vicinanza a un'espressione personale e a una logica in costruzione.⁸⁹

Alla base dell'idea di collezionismo c'è infatti, secondo Grazioli, un impulso che accomuna tutti gli esseri umani (quello di circondarci di oggetti), ma che nella figura del collezionista si verifica con un'intensità maggiore, a costituire "tasselli di una visione, di una costruzione che prosegue".⁹⁰ Ed è proprio un diverso senso a questa idea di prosecuzione infinita che caratterizza la collezione privata rispetto a quella istituzionale: il collezionista, rispetto a un brand o a un museo, non necessariamente ha chiaro da subito il suo progetto iniziale: questo si costruisce strada facendo ed è la stessa composizione di pezzi che crea, in itinere, il significato, evocando il pezzo successivo.

Nella collezione privata, inoltre, è più marcata, in origine nella "causa" stessa, una caratteristica che nel caso delle collezioni istituzionali o aziendali è presente sotto forma di "effetto": il fatto di caricare gli oggetti di un significato particolare, che va oltre la documentazione. Si tratta infatti, di

iniziative particolari, inevitabilmente individuati, di persone che vanno dietro a una propria idea o passione per realizzare ed esprimere qualcos'altro ... sfiorano l'opera stessa, l'oggetto, l'arte; sono un discorso diretto, non autoreferenziale, non metalinguistico; sono come un'opera propria del collezionista, il suo modo di fare arte, per quanto attraverso oggetti e opere d'altri; sono un modo reale di agire nel mondo.⁹¹

La logica alla base della collezione è, in un certo senso, speculare a quella dell'archivio: se lo scopo dell'archivio è quello di documentare sistematicamente un dato fenomeno storico, culturale, di cui vuole fornire una mappatura quanto più possibile completa ed esaustiva, e in cui il "documento" è presentato nelle sue possibili sfaccettature, nella collezione non è tanto il documento che conta, e nemmeno l'oggetto: è la somma, la composizione che crea il significato dell'operazione: un autentico post-collage, come afferma Grazioli: è dopo, che la collezione acquisisce un senso e si struttura, è un'idea di "forma, attiva, che dà forma mentre si fa e che rende pertanto il contenuto inestricabile della forma stessa".⁹²

È come un rebus, citando il riferimento di Grazioli all'opera omonima di Rauschenberg:⁹³ un pensiero visivo, fatto di slittamenti e accostamenti, che non seguono la logica lineare e sintattica, quanto una sorta di lucida follia.

⁸² Frisa, op. cit. , p. 66.

⁸³ Cfr. Exhibit op. cit. p. 76.

⁸⁴ Feyles, op. cit. p. 141.

⁸⁵ Ivi, p. 148.

⁸⁶ Ivi, p. 149.

⁸⁷ Ivi, p. 25.

⁸⁸ W. Benjamin, cit. in Elio Grazioli, La collezione come forma d'arte, Milano, Johan & Levi editore, 2012, p. 39.

⁸⁹ Ivi, p. 13.

⁹⁰ Ivi, p. 9.

⁹¹ Ivi, p. 10.

⁹² Ivi, p. 46.

⁹³ Ivi, p. 47.

Se la sistematicità non è alla base dell'impulso collezionistico, questo non vuol dire, ovviamente, che non segua una sua logica, solo che, questa logica, a differenza dell'archivio che parte l'idea di spazializzare un dato già esistente, parte dalla volontà di inseguire un vuoto: “la macchia cieca, il pezzo mancante, le dinamiche post-dialettiche”.⁹⁴

Quest'idea del possesso non implica necessariamente che questo sia a senso unico: un altro elemento risulta rilevante nella pulsione del collezionista: l'idea di “appuntamento” tra l'oggetto di affezione e il collezionista frutto di un movimento in due direzioni: dal collezionista all'oggetto e viceversa, in un “rovesciamento dei tempi”, come se l'oggetto volesse semplicemente tornare lì dove sa di appartenere. Gli oggetti “capitano” al collezionista, come dice Benjamin, e capitano non in maniera casuale.

L'oggetto “chiama”, in un certo senso, e questa matrice quasi animistica sembra riportare l'oggetto alla sua vera essenza, mettendolo in relazione con altri e ripulendolo dalla schiavitù di essere utili.⁹⁵

Egli si assume il compito di trasfigurare le cose. È un lavoro di Sisifo, che consiste nel togliere alle cose, mediante il possesso di esse, il loro carattere di merce... ciò che nel collezionismo è decisivo è che l'oggetto sia sciolto da tutte le sue funzioni originarie per entrare nel rapporto più stretto possibile con gli oggetti a lui simili. Questo rapporto è l'esatto contrario dell'utilità, e sta sotto la singolare categoria della completezza.

Benjamin considera l'autentica passione del collezionista come “anarchica”, “distruttiva”:

he affiliates fidelity to the thing with the willfully subservise protest against the typical, the classifiable.⁹⁷

Collections unlock themselves once a single piece is brought to voice. In the beginning was the exemplary object, which often opens up the way to thought as if by itself. Groups of documents arose. Sibling relationship became visible.⁹⁸

Anche Baudrillard attribuisce una volontà agli oggetti che non vogliono essere pratici ma anche “essere posseduti”.

E non solo: gli oggetti da possedere hanno una certa predisposizione a essere posseduti in serie, a essere parte di una raccolta organizzata che lo configuri come parte di un diverso insieme: “questo tipo di organizzazione è la collezione: in essa trionfa la tensione appassionata verso il possesso, dove la prosa quotidiana degli oggetti diventa poesia, discorso incosciente e trionfale”.⁹⁹

In questo senso la mancanza, per Baudrillard, è espressione di un oggetto assente.¹⁰⁰

Questa idea è ancora più presente nel caso della moda, dove proprio questo riferimento all'utilità è assolutamente marginale: come diceva Perec, “la moda non produce né oggetti né fatti, ma soltanto segni: punti di riferimento ai quali la collettività si rifà”.

Questa distinzione tra collezione, museo e archivio è chiaramente più speculativa che effettiva dato che, nella realtà i confini tra questi ambiti sono estremamente permeabili, e sempre di più lo saranno in futuro. Molti archivi o collezioni di musei si basano proprio a partire da collezioni private. E, in effetti, lo stesso Feyles afferma che “la distinzione tra archiviare e collezionare deve essere ripensata”:

⁹⁴ Ivi, p. 11.

⁹⁵ Ivi, p. 39.

⁹⁶ Ivi, pp. 39-40.

⁹⁷ Walter Benjamin's Archive, kindle.

⁹⁸ Ivi.

⁹⁹ Cit. in Grazioli, op. cit. p. 72.

¹⁰⁰ Georges Perec, *Pensare/classificare*, Milano, Rizzoli, 1986, p. 46.

Certamente c'è una differenza tra archivio, museo e biblioteca, ma non si tratta di una differenza di principio [...] piuttosto il problema è la diversità dei criteri che motivano la scelta di ciò che deve essere conservato. Mentre la collezione è costruita a partire da una dichiarata intenzione soggettiva, l'archivio è costruito a partire da una intenzione di obiettività.¹⁰¹

Inoltre, se l'impulso iniziale segue criteri particolari, propri della personalità e del desiderio del collezionista, ovviamente non è detto che questa anima irrazionale non possa convivere con il sistema metodico e classificatorio proprio dell'archivio.

Lo stesso Walter Benjamin, collezionista di idee e di pensieri, era il primo archivistica dei suoi stessi scritti, ed era ben conscio di questa convivenza tra impulso irrazionale alla raccolta e principio ordinatore della catalogazione che si evince nei suoi “*Scrappy Paperwork*”. L'espressione dialoga con il termine “scrap” (in tedesco: *verzetteln Schreiberei*), che ha un doppio significato: da un lato rimanda a “fallimento”, frammentario, non riuscito; dall'altro rimanda a un particolare metodo di rendere l'informazione maneggiabile.¹⁰²

Seppur la tecnica e il modo di raccogliere materiale di Benjamin era in un certo senso archivistica, Benjamin seguiva una logica da “collezionista”: non era interessato al “tipico” bensì all'incidentale, non alla completezza, ma alle aree marginali.

Benjamin believed that the basis of collecting does not lie in “exactness” in “silk reeling” or “the complete inventorying of all data”.¹⁰³

Il possesso degli oggetti è un approccio irrazionale e “la vita di un collezionista si manifesta come tensione dialettica tra disordine e ordine”.¹⁰⁴

Questa natura si manifesta in maniera evidente negli archivi d'artista e nelle diverse modalità con cui gli artisti interpretano, utilizzano e maneggiano il loro stesso archivio.

Il duo Gilbert & George, per esempio, con i loro *secret files* ben esplicitano questo concetto: I *secret files* sono una raccolta eterogenea di materiali attorno alle loro opere, nel senso più esteso del termine: non solo una documentazione dell'opera, come in un archivio “tradizionale”, ma anche suggestioni di vita e di interessi personali, presentati in una libertà di visione e attaccamento a gli oggetti.

Come gli stessi artisti affermano: “seguiamo due vie allo stesso tempo: una molto organizzata, pratica, metodica; l'altra completamente folle, completamente fuori, suonata”.¹⁰⁵

Un altro artista, John Latham, capovolge completamente questa dinamica: il suo uso dell'archivio lo rende, di fatto, un anti-archivio, che raccoglie al solo scopo di riciclare il materiale grezzo e di riutilizzarlo per un'altra opera.

Diversa è la prospettiva di un fashion designer.

Gli archivi di moda, infatti, sono un concetto piuttosto recente: come dice Hamish Bowles, di Vogue America: “tutto quello che produci per la sfilata vuoi che sia venduto”,¹⁰⁶ ragion per cui:

è solo a partire dagli anni Ottanta che i brand di moda hanno iniziato ad archiviare seriamente le loro collezioni. L'archivio Dior, per esempio, è stato creato in occasione della preparazione della mostra per il quarantesimo anniversario, che si è svolta al Musée des Arts Decoratifs di Parigi nel 1987.¹⁰⁷

Yves Saint Laurent è stato il primo ad accorgersi dell'importanza del valore di un archivio e ha conservato i suoi pezzi couture dal principio.¹⁰⁸

¹⁰¹ Feyles, op. cit. p. 148.

¹⁰² Walter Benjamin's Archive, kindle.

¹⁰³ Ivi.

¹⁰⁴ Ivi.

¹⁰⁵ Grazioli, op. cit. p. 59.

¹⁰⁶ cit. in L. Sherman “For brands big and small, Fashion Archives can be a powerful asset, <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/for-brands-big-and-small-fashion-archives-can-be-a-powerful-asset> (nov, 18, 2013), 21/02/2017.

¹⁰⁷ Ivi.

¹⁰⁸ Ivi.

Racconta Pierre Bergé, storico partner e collaboratore del designer, “Yves ha deciso di tenere un abito per la prima volta nel 1964, solo due anni dopo la fondazione della Maison. Lo ricordo benissimo, era un vestito in pizzo marrone che gli piaceva moltissimo”.¹⁰⁹

Nel caso di Saint Laurent, per esempio, la relazione tra archivio, museo e collezione quasi collassa completamente: alla base dell’archivio Saint Laurent c’è la collezione del designer stesso, avviata a partire da una passione personale per un singolo vestito. Oggi questa collezione, raccolta dalla fondazione Pierre Bergé - Yves Saint Laurent possiede oltre 5000 indumenti e 15.000 accessori, che sono accessibili al design department così come al pubblico. Ma non tutti hanno la lungimiranza di Saint Laurent. I giovani designer, prima di diventare famosi, spesso non possiedono né i mezzi né la mentalità di un grande brand. Mantenere un archivio ha un costo e i designer agli esordi non sempre possono permettersi questo lusso: Alexander Mc Queen pagava i suoi debiti in vestiti, nei primi anni, ed è leggendaria una sua intera collezione perduta: dopo uno show ha lasciato i vestiti in una borsa dei rifiuti fuori da un club di King’s cross perché non aveva i soldi per il guardaroba.¹¹⁰

E poi c’è anche chi, come Karl Lagerfeld, rifiuta a priori l’dea di archivio perché rifiuta in toto l’idea di “passato”.

1.5 L’archivio in relazione ai concetti di Memoria / Tempo / Storia / Narrazione

Abbiamo detto in precedenza come il fattore temporale sia uno dei caratteri costitutivi dell’archivio. Di fatto, è il tempo a creare l’archivio, ed è per sfuggire al tempo che si crea l’archivio. L’archivio è un luogo che certifica lo scorrere del tempo e che rappresenta un tentativo di “addomesticare” il tempo.

Il tempo, infatti è un concetto sfuggente, e necessita di essere fermato, per essere compreso. Parafrasando Sant’Agostino, potremmo dire che il tempo è quella cosa che tutti sappiamo cos’è, ma che nessuno è capace di definire. A differenza dello spazio, che possiamo delimitare o occupare con oggetti tridimensionali (inclusi noi stessi), non si vede; abbiamo bisogno di una mediazione esterna per poterlo quantificare. Noi sappiamo che il tempo scorre, ma abbiamo bisogno di spazializzarlo: scomporlo in frammenti, individuare ricorrenze per poterlo misurare. Questa idea è alla base del tempo moderno il tempo lineare, o ossia il tempo calcolato presupponendo un movimento unilaterale che va dal passato al futuro.

Nelle sue intenzioni, quelle dettate dall’ordine e dalla volontà di controllo, potremmo dire che l’archivio si collochi esattamente in questa linea vettoriale, si presti bene a dare forma al tempo rappresentandone quasi la materializzazione in un luogo fisico: il trionfo dell’ordine e del controllo del tempo.

Ma tutto questo è un artificio.

È la struttura monadologia dell’oggetto della storia a richiedere che esso sia sbalzato fuori dal continuum del corso storico. Essa viene alla luce solo nell’oggetto estrapolato in questo modo... Grazie a questa struttura monadologica, l’oggetto storico trova rappresentate al suo interno la propria pre- e post- storia. (N 10, 3).¹¹¹

Il tempo non si presenta, in realtà, in una successione continua di momenti distinti. Il tempo esiste anche in altre forme, fatte di pause, ritorni, salti improvvisi in un senso o nell’altro. È il tempo circolare, dell’eterno ritorno, del *tigersprung*.

Nel suo presentarsi come regno del tempo lineare, l’archivio finisce in realtà per svelare il trucco, comunicandoci il carattere arbitrario di questa scansione del tempo. L’archivio costruisce e rende visibili, forse inconsapevolmente, delle temporalità alternative: i suoi materiali ordinati predispongono una serie pressochè infinita di temporalità possibili, tante quante sono le modalità di accostamento di materiali differenti.

In questo l’archivio, pur essendo il luogo principe del controllo e del tempo moderno, risulta un dispositivo rispondente alle logiche del tempo contemporaneo: il collasso di tempo e spazio che l’archivio ospita è perfettamente in linea con l’idea di tempo frammentato, accelerato, della contemporaneità.

Nell’archivio convivono lentezza e accelerazioni improvvise, divagazioni e collegamenti inattesi: è il luogo dell’ “immagine dialettica” di Benjamin, quell’immagine “che balena nell’ora della riconoscibilità”.¹¹²

La moda conosce molto bene questa concezione del tempo, la usa continuamente, tanto da suggerire modelli di lettura del rapporto tra moda e tempo molto diversi, a seconda di dove si sceglie di posizionarsi: al passato, al presente, al futuro.

In *Pensare / Classificare* Georges Perec parlava della moda in questi termini:

Il contrario della moda, ovviamente, non è il demodè, il fuori moda; è invece il presente. Ciò che è ancorato, permanente, resistente, abitato: l’oggetto e il suo ricordo, l’essere e la sua storia.¹¹³

109 Lou Stoppard, *Fashion brands build museums as archives gain value*, Financial Times, 22 luglio 2016, ultimo accesso 1 aprile 2020: <https://www.ft.com/content/7d838ca4-27ff-11e6-8ba3-cdd781d02d89>

110 Ibid.

111 Walter Benjamin, *Auca e choc. Saggi sulla teoria dei media*, a cura di Andrea Pinotti e Antonio Somaini, Torino, Einaudi, 2012, p. 419.

112 Ivi, p. 418.

113 Perec, op. cit. p. 49.

Karl Lagerfeld invece pensava che:

Non esiste la storia. Io personalmente non ho nemmeno gli archivi. Non conservo niente. Ciò che mi piace è *fare*, non *aver fatto*. Non mi eccita per niente. Quando le persone iniziano a pensare che quello che hanno fatto nel passato è anche meglio di quello che stanno facendo, è segno che dovrebbero fermarsi. Molti miei colleghi, che hanno degli archivi, guardano ai loro vestiti come se fossero dei Rembrandt! Per favore, lasciamo stare.¹¹⁴

Ma c'è anche chi ha un rapporto decisamente più positivo con il passato.

Quando Maria Grazia Chiuri arriva da Dior, nel 2016, la prima cosa che ha fatto è stata relazionarsi con la storia del brand e analizzare il New Look. “Ti accorgi immediatamente che è troppo difficile proporre qualcosa di vicino all’originale. Devi usare la tua immaginazione - non guardare direttamente all’originale, ma alla sua memoria, perché puoi affidarti al fatto di cogliere qualcosa di più contemporaneo”.¹¹⁵

La moda condivide pienamente con l’archivio questo rapporto complesso con il tempo, in bilico tra estremi tentativi di controllo e il suo superamento.

Se l’archivio infatti è un modo per “addomesticare il tempo”, la moda è “indossare il tempo”¹¹⁶ e progettare vestiti è, per Yamamoto, “progettare il tempo”.

Se per “Georg Simmel la moda in continuo cambiamento si presenta come se volesse vivere in eterno”,¹¹⁷ per Baudrillard la moda è l’esaltazione dell’ “adesso”; se per Karl Lagerfeld è “ora o domani: a chi interessa il passato?”¹¹⁸ per Elizabeth Wilson è “ambiguamente in bilico tra passato e presente”.

Questo avviene perchè, come sottolineano Alessandra Vaccari e Caroline Evans nel loro saggio, nella moda convivono diversi modelli di tempo: il “tempo lineare”, “antilienare” e “ucronico”. Il tempo lineare, affine all’idea del tempo industriale, si basa sull’idea della segmentazione e della misura del tempo, è il tempo dell’orologio, ordinato in una successione continua e unilaterale. Nella moda la forma classica di applicazione di questa idea del tempo è quella della “stagione”, che scandisce i ritmi del sistema produttivo. In archivio questo modello è anche quello alla base della classificazione. Come ci ha magistralmente mostrato Christian Marclay, con la sua opera *The Clock*, però, il tempo dell’orologio mente: altera la realtà e può essere a sua volta manipolato.

Il tempo lineare, però, presenta anche la sua contronarrativa, il tempo antilineare. Il tempo antilinearare mutua da quello lineare la struttura ordinata, la segmentazione, ma ne capovolge la logica: la sequenzialità e irrevocabilità del “momento” che passa¹¹⁹ sostituite dalla simultaneità e dalla multidimensionalità del tempo.

“La storia è oggetto di una costruzione il cui luogo è quello riempito dall’adesso”, dice Benjamin.¹²⁰ È in questo modello di tempo che si collocano il “tigersprung”, la “jetztzeit” e “le immagini dialettiche” ed è a questo concetto di tempo che si riferisce Maria Grazia Chiuri e che ritorna in mostre come *spectres* di Judith Clark.

Il nuovo, dice Versace, “già ci appartiene”, esiste sempre già “da prima”, nel nostro passato. Si tratta solo di saperlo vedere. Ma guardare al passato riconoscendo in esso il nuovo, ossia il presente quale si dà nel passato, automaticamente trasforma quel passato, da rudimento atrofizzato e inservibile del tempo, in una sua articolazione viva e sensibile: in tradizione.¹²¹

114 cit. in Evans-Vaccari, op. cit. p. 153.

115 Osman Ahmed, “Mackin 70 years of Dior with a new strategic archive”, feb. 12, 2017, <https://www.buisnessoffashion.com/articles/bof-exclusive/mackin-70-years-of-dior-with-a-new-strategic-archive>

116 Tom Gunning, Marketa Uhlirina, (a cura di) *Wearing time. Past, Present, Future, Dream*, Cit. in Caroline Evans, Alessandra Vaccari (a cura di) *Il tempo della moda*, Milano-Udine, Mimesis ed., 2019, p. 19.

117 Cit. in Evans-Vaccari, p. 30.

118 Ivi, p. 153

119 Ivi, p. 87.

120 Ibid.

121 Paola Colaiacomo, “Un tempo altro”, in Evans- Vaccari, op. cit. p. 94.

Giorgio Agamben ha definito la moda come la soglia tra il “suo essere o il suo non-esser-più alla moda”.¹²² Alistair O'Neill definisce questo rapporto il “recente che cancelliamo nel momento in cui assimiliamo l’attuale”. “ciò che appena andato fuori moda”.¹²³

Questo è anche il tempo dell’heritage, della costruzione dell’idea di tradizione, del passato costruito retroattivamente sulla base degli occhi e delle esigenze del presente.

E poi esiste anche un terzo modello di tempo, quello “ucronico”, legato all’immaginario e che sarebbe il “tempo privilegiato della moda, se non addirittura l’unico”: come diceva Roland Barthes, “la moda è sempre ucronica perchè ha come presupposto un tempo che non esiste”.¹²⁵ Per comprendere i meccanismi con cui si strutturano queste idee di tempo, torna utile riferirsi al concetto di *traccia*, proposto tra gli altri, da Benjamin e ripreso da Feyles,¹²⁶ che è allo stesso tempo presenza e assenza, presente e passato:

In senso assolutamente generale *la traccia è un segno del passato*. Per esistere la traccia implica la materialità di un supporto, come ogni documento, come ogni reperto e come ogni oggetto storico...

Nella sua generalità tale nozione conserva però due riferimenti fondamentali: da una parte il riferimento a una *assenza* e dall’altra il riferimento a un *evento*... *La traccia è ciò che permane dell’evento*.¹²⁷

Il tema dell’assenza, della traccia e dell’evento assume un significato particolarmente evocativo nella moda, dove, proprio per la sua natura in bilico tra seriale e immateriale la dimensione dell’evento assume una consistenza quasi materica.

Le “tracce” che la moda lascia dietro di sé sono di vario genere: le tracce dell’ideazione e del processo di produzione dell’abito, ma anche quella fisiologica o anatomica di un abito che è stato indossato o modificato per vestire una determinata persona. Traccia è anche l’occasione in cui quell’abito è stato indossato, traccia è tutto ciò che è connesso a tale occasione, traccia è anche la presenza fantasmatica di se stessa.

E in effetti il riferimento ai fantasmi ritorna spesso nel campo della moda.

Valerie Steele afferma che: “se la moda è un fenomeno vivo, contemporaneo, in perenne mutamento ecc... allora un museo della moda è *ipso facto* un cimitero di vestiti morti”.¹²⁸

Le pulsioni di vita e di morte caratterizzano l’archivio, come ci spiega Derrida, e i fantasmi sono tipici della moda: in *Fashion at the Edge* Caroline Evans sottolinea come “il mondo della moda è un luogo di fantasmi, figure del passato che tornano al presente con il *tigersprung* proprio della moda”.¹²⁹ Così, se John Galliano nelle sue collezioni per Dior evoca la Parigi del XIX secolo, insieme ad altre figure del XX secolo, dal cinema hollywoodiano, a Vionnet alla blu culture degli anni ’80, motivi dei nativi americani e antichi egizi, che riemergono come una spettacolarizzazione del rimosso freudiano.¹³⁰

D’altronde “spettro” e “spettacolo” hanno una comune radice etimologica, che si riferisce al mostrare. La mostra *Spectres* curata da Judith Clark si colloca esattamente in quest’ottica, e, come scrive Christopher Beward nell’introduzione al libro:

Spectres [...] sets out to reaveal the shadows and trasse whose Hidden and sometimes menacing presence adds meaning to certain tradition of contemporary dress, and whose role is most effectively demonstrated through the medium of the fashion display.¹³¹

122 Ivi, p. 18.

123 Alistair O'Neill, “Cutting and Pasting nell’archivio”, in Evans- Vaccari, op. cit. p. 115.

124 Evans- Vaccari, op. cit. p. 141.

125 Ibid.

126 Cfr. Feyles, op. cit. “in senso stretto un documento è un testo scritto di carattere amministrativo. In un senso più ampio si può parlare di un libro come documento e in senso ancora più esteso un’immagine può essere considerata come un “documento visivo” e un film come “documento audiovisivo”(p. 153).

127 Ivi, p. 154.

128 cit. in Scaturro, op. cit. p. 5.

129 Evans, *Fashion at the Edge*, op. cit. p. 50.

130 Ivi, p. 51.

131 Christopher Beward, *Introduction. Spectres:When Fashion Turns back*, in Judith Clark, *Spectres: When Fashion Turns Back*, catalogo della mostra [Antwerpen, ModeMuseum, 18 settembre 2004 - 30 gennaio 2005; London, Victoria & Albert Museum, 24 febbraio - 8 maggio 2005]. V&A, London 2005, p. 2.

Se l'archivio è un sistema di tracce, l'opera d'arte è una traccia esemplare, perché non tramanda un evento ma l'evento, dice Feyles.¹³² Per cui è l'archivio d'arte a rappresentare l'archivio *tout court* in quanto l'intenzionalità dell'artista non era certo quello di “trasmettere informazioni” ai posteri, ma proprio di lasciare tracce in quanto tali. Una sorta di archivio in purezza.

L'esemplarità dell'opera d'arte non ha solo a che fare con le modalità grazie alle quali una traccia rimanda all'evento e lo tramanda. Abbiamo detto che le immagini e le iscrizioni sono il prodotto di una scrittura intesa come tecnica di esteriorizzazione. Nell'opera l'essenza di questa scrittura viene in primo piano.

E se invece fosse l'archivio di moda a essere l'archivio *tout court*? Proprio per via del suo carattere temporaneo e del suo rapporto privilegiato con la vita e con la morte?

Come si pone la moda di fronte all'esemplarità? In un certo senso si potrebbe dire che la moda rappresenta l'immagine speculare di un oggetto d'arte: la moda produce oggetti di consumo fatti per essere venduti, non certo conservati, eppure la moda, proprio per la sua vita breve e alla sua vocazione intrinseca all'oblio, si crea la necessità di sfuggire a questo stesso oblio. Ha assolutamente bisogno di registrare i mutamenti avvenuti per affermare la propria stessa esistenza. L'esemplarità potrebbe essere intesa proprio in questo senso. Un archivio di moda innesca un cortocircuito con il concetto sia di archivio che di moda, intesa nel senso etimologico di trasformazione, eppure diventa strettamente necessario proprio per tenere traccia di questa stessa trasformazione, per certificare l'avvenuto mutamento.

D'altronde, che l'archivio sia un luogo paradossale, è cosa già nota all'arte contemporanea, grazie alle riflessioni di artisti e curatori che attraverso la contaminazione tra documentazione e intervento artistico utilizzano l'archivio in modalità del tutto differenti da quelle tradizionali, sancendo il passaggio dall'ontologia dall'archivio come deposito di documenti all'archivio come strumento dinamico e generativo.¹³³ Se il paradigma di questo modello di archivio si ricava dall'Atlante di Warburg, i primi interventi sistematici in tal senso provengono da quelle pratiche artistiche che non prevedono la produzione di oggetti, trasformando l'opera in puro evento. La performance art degli anni Sessanta, infatti, ha dovuto fare i conti con la necessità di “conservare” un'opera che di fatto non esisteva sotto forma materiale: puri eventi senza una traccia, per parafrasare Feyles. Le tracce andavano “create” ad hoc. Ecco quindi che le registrazioni (video, foto) diventano fondamentali per tentare di ricostruire la performance: non erano opera, non erano duplicati dell'opera ma ne presentano una loro resa parziale, la cui ricostruzione è affidata al fruitore dell'archivio medesimo.

La registrazione, infatti non sostituisce l'evento, sostiene Feyles, ma è ciò che rende iterabile l'evento, che offre un supporto alla memoria.

Se il rapporto con il tempo è così articolato, anche l'idea di memoria, non può essere certo meno problematica.

La memoria arriva quando la traccia viene letta, interpretata, quando diventa documento: la memoria è interpretazione, parzialità e identità.¹³⁴ La memoria produce senso e il senso stabilizza la memoria. È sempre oggetto di costruzione e di un significato da attribuire a posteriori.

L'archivio infatti, altro non è se non un'esternalizzazione della memoria, una sorta di tecnica di memorizzazione tridimensionale.

“L'archivio ha il valore eminente di memoria potenziale, o meglio, di condizione materiale di una successiva memoria culturale”.¹³⁵

La memoria, infatti, non è un semplice atto meccanico, ma è già di per sé una forma di narrazione.

Quasi in maniera speculare alla doppia natura dell'archivio, anche la memoria ha di fatto una doppia natura: una componente “accumulativa” e una “selettiva”. Un principio di ordine e uno di disordine.

Prendiamo come riferimento la distinzione proposta da Aleida Assmann tra memoria funzionale e memoria archivio:

Propongo di definire “memoria funzionale” la memoria vivente. Le sue caratteristiche peculiari sono: l'essere inerente al gruppo, la selettività, l'eticità, e l'orientamento verso il futuro. Le discipline storiche si interessano invece a un secondo tipo di memoria: una sorta di memoria delle memorie, che include tutto quanto abbia già perduto una relazione vitale con l'esistente. Propongo di definire “memoria archivio” questa memoria delle memorie.¹³⁶

Più avanti la Assmann specifica ulteriormente la funzione della memoria archivio definendola come “deposito per la memoria funzionale a venire”¹³⁷ attribuendole il ruolo di influenzare il futuro. Questa sarà un'applicazione del concetto di memoria che tornerà molto utile all'heritage aziendale, come vedremo in seguito.

La memoria, e quindi la storia, viene sempre costruita retroattivamente, a partire dal presente. Torniamo un attimo alla prima definizione che abbiamo dato di archivio, cioè al suo essere un insieme di documenti. Ma cosa intendiamo esattamente per documento?

In *l'archeologia del sapere* Michel Foucault rivela come, a un certo momento del processo storico, sia avvenuto un cambio di statuto del documento: da “linguaggio di una voce ormai ridotta al silenzio”, “materia inerte attraverso la quale ricostruire quello che hanno fatto o detto gli uomini” a oggetto stesso della storia:

la storia ha cambiato posizione nei confronti del documento: come compito principale s'impone non quello di interpretarlo, non quello di determinare se dice la verità o quale sia il loro valore espressivo, ma quello di lavorarlo dall'interno e di elaborarlo: lo organizza, lo seziona, lo distribuisce, lo ordina, lo suddivide in livelli, stabilisce delle serie, distingue ciò che è pertinente da ciò che non lo è, individua degli elementi, definisce delle unità descrive delle relazioni.¹³⁸

Il discorso si sposta poi sulla storia:

La storia, nella sua forma tradizionale, si dedicava a “memorizzare” i *monumenti* del passato, a trasformarli in *documenti* e a far parlare quelle tracce che, in se stesse, non sono affatto verbali, o dicono tacitamente cose diverse da quelle che dicono esplicitamente; oggi invece, la storia è quella che trasforma i *documenti* in *monumenti* e che, laddove si decifravano delle tracce lasciate dagli uomini e si scopriva in negativo ciò che erano stati, presenta una massa di elementi che bisogna poi isolare, raggruppare, rendere pertinenti, mettere in relazione, costituire in insiemi”.¹³⁹

Lo studioso francese individua dunque un cambiamento di stato rispetto al documento e rispetto alla storia: così come il documento non è una semplice traccia, la storia non è una semplice indagine di verità. La storia è già, implicitamente narrazione.

¹³² Feyles, op. cit., p. 159.

¹³³ Simone Osthoff, *Performing the Archive: the transformation of the Archive in contemporary art from repository of documents to art medium*, Antropos, New York- Dresden, 2009, p. 11.

¹³⁴ Aleida Assmann, *Ricordare*, Bologna, Il Mulino, 2002, p. 149.

¹³⁵ Ivi, p. 383.

¹³⁶ Ivi, p. 383.

¹³⁷ Ivi, p. 156.

¹³⁸ Michel Foucault, *L'archeologia del sapere*, Milano, BUR, 2005, p. 10.

¹³⁹ Ivi, p. 11.

Più avanti Foucault porta ancora più a fondo la sua analisi, introducendo il al concetto di enunciato:

L'enunciato, nel momento stesso in cui sorge nella sua materialità, appare con uno statuto, entra in un reticolo, si colloca in un campo di utilizzazione, si offre a possibili trasferimenti e modifiche, si integra in operazioni e strategie in cui la sua identità si conserva o scompare. Così l'enunciato circola, serve, si nasconde, permette o impedisce di realizzare un desiderio, è docile o ribelle agli interessi ... diviene tema d'appropriazione e di rivalità".¹⁴⁰

Infine Foucault arriva a interrogare l'archivio definendolo sistema di enunciati:

... Si hanno, nello spessore delle pratiche discorsive, dei sistemi che instaurano gli enunciati come degli eventi (che hanno le loro condizioni e il loro campo di apparizione) e delle cose (che comportano la loro possibilità e il loro campo di utilizzazione). Tutti questi sistemi di enunciati propongo di chiamarli *archivio*.¹⁴¹

L'archivio rappresenta un sistema linguistico vivo, che "è innanzitutto la legge di ciò che può essere detto". Non documenta e basta, ma esprime un campo di possibilità. È quello, che, sempre Foucault, definirebbe un "dispositivo": l'archivio infatti presuppone anche un ordine, una *disposizione*:

L'archivio è anche ciò che fa sì che tutte queste cose dette non si ammucchino all'infinito in una moltitudine amorfa, non si inscrivano in una linearità senza fratture ... Ma ma che si raggruppino in figure distinte, si compongano le une con le altre secondo molteplici rapporti, si conservino o si attenuino secondo regolarità specifiche; ciò che fa sì che non retrocedano con lo stesso passo del tempo, ma che alcune che brillano forte come stelle vicine ci vengano in realtà da molto lontano, mentre altre nostre contemporanee sono già di un estremo pallore.¹⁴²

Foucault, quindi, così come Benjamin individua nell'archivio una dimensione di ordine che però è provvisorio e possibile di essere sovvertito. La narrazione dell'archivio è funzionale, temporale ma anche temporanea, suscettibile di essere scomposta e rimontata, perché composta di frammenti che hanno diversi significati a seconda della loro composizione. In questa direzione si pone anche Mario Lupano:

L'archivio è leggibile attraverso la logica dell'inventario, che consiste nell'esercizio di evidenziare i legami invisibili tra i singoli documenti, affinché questi siano intesi come parti di una originaria unità coerente e non assumano la connotazione di frammenti, slegati e di conseguenza disponibili a entrare in un altro discorso *improprio*. Ma, viceversa, è anche vero che l'interpretazione dell'archivio come realtà frantumata interessa molto a chi fa ricerca o cura mostre, a chi estrapola provvisoriamente documenti dall'unità archivistica, li scioglie dai legami che l'archivista ha fissato, per immetterli in un nuova situazione provvisoria e reversibile come quella del discorso espositivo.¹⁴³

Un concetto analogo all'idea di "serie" Foucaultiana è ripreso anche da Umberto Eco:

Nella misura in cui una lista caratterizza una serie per quanto difforme di oggetti come appartenenti allo stesso contesto o visti dallo stesso punto di vista ... essa conferisce a ordine, e dunque un accenno di forma a un insieme altrimenti disordinato. Ma ci sono modi più sottili di trasformare una lista in forma e l'esempio più tipico è Arcimboldo. Egli prende gli elementi d'una lista possibile (tutti i frutti e i legumi esistenti, o tutti quelli rappresentati in forma di elenco in tante nature morte) e ne compone una

140 Ivi, p. 141.

141 Ivi, p. 172.

142 Ivi, p. 173.

143 Lupano, op. cit. p. 2.

forma, che però non è quella attesa o dovuta. In un certo suo modo barocco, ci dice che si può artificiosamente passare da un elenco a una forma.¹⁴⁴

La storia quindi, è già, implicitamente, narrazione.

L'archivio più che il luogo della "storia" è il luogo delle storie, delle mille storie possibili, è il luogo della narrazione frammentata e soggettiva.

Susan Miller racconta questo suo rapporto con questo aspetto dell'archivio a proposito del suo lavoro al museo Freud:

If you think about the narrative that collections or assemblage of things make, the interesting thing is that there are always at least two possible stories: one is the story that the narrator, in this case the artist, thinks she's telling - the storyteller's story - and the other is the story that the listener is understanding, or hearing, or imagining on the basis of the same objects. And there would be always at least two versions of whatever story being told.¹⁴⁵

Se il postmoderno ha segnato la fine delle grandi narrazioni, il pluralismo delle "piccole" narrazioni, risulta in realtà dominante nel sistema contemporaneo, soprattutto parlando di moda. Lo storytelling è infatti centrale nell'immaginario della moda.¹⁴⁶

144 Umberto Eco, *Vertigine della lista*, Milano, Bompiani, 2009, p. 131.

145 Susan Miller, "Working through objects / 1994, in Charles Mezeuether (ed.) *The Archive*, London-Cambridge MA, WhiteChapel Gallery and The MIT Press, 2006, p. 42.

146 cfr. Luca Marchetti, "Forma e narrazione nella mostra di moda", in *Exhibit!*, op. cit. p. 31.

2.1 Archivi e musei d'impresa nella moda

Abbiamo visto come la moda nel museo sia principalmente trattata come fatto artistico, o comunque inerente alla cultura visuale, cercando di tradurre la doppia anima materiale/immateriale del sistema moda in una chiave culturale molto affine a quella delle pratiche artistiche: il designer come demiurgo o gli abiti come sculture o installazioni performative. La moda, però, è anche, forse soprattutto, un prodotto industriale, aspetto che nei musei di moda viene di solito lasciato in disparte.

I musei di impresa colmano questo vuoto, occupandosi di rappresentare l'altra faccia della medaglia.

Ma nel farlo, i musei d'impresa si collegano ad altre direttrici, aggiungendo ulteriori strati alla comprensione del fenomeno racchiuso sotto il termine "moda".

Il rapporto stretto con la produzione industriale, infatti, è connesso anche alla sfera economica, e quindi alle strategie di promozione e comunicazione che ne derivano. In questo senso il museo d'impresa rappresenta il punto di vista interno di un'azienda, che svela i meccanismi di autorappresentazione.

Il museo d'impresa se da un lato attiva un legame esplicito tra la progettazione e il consumo, rendendo visibile il passaggio, dall'altro è originato dall'azienda, presentando un patrimonio legato all'attività privata e rappresenta quindi un'immagine dell'azienda. Pur essendo distinta dal marketing vero e proprio, infatti, è evidente che il museo d'impresa rispecchia e amplifica i valori e il mondo di riferimento propri di quell'impresa. Un museo di impresa ha finalità, oggetti e metodi differenti dalla museologia e museografia tradizionale, e ha una connotazione molto diversa a seconda della tipologia di impresa, che per la sua natura di organismo vitale è soggetta a grande varietà di situazioni istituzionali, economiche, sociali e societarie.

Proprio per queste ragioni il museo d'impresa è difficilmente definibile, come ha sottolineato già Victor J. Danilov.¹⁴⁷

Possiamo partire però da una definizione generale, quella dell'associazione Museimpresa del 2002, che stabilisce che i musei e archivi di impresa

sono istituzioni o strutture che siano emanazione di un'attività economica di un'impresa, di un distretto, di una tradizione produttiva con significativi legami con il territorio e che siano espressione esemplare della politica culturale dell'impresa".¹⁴⁸

In questa definizione compaiono diversi spunti di riflessione.

Innanzitutto, la quasi intercambiabilità del termine museo e archivio, che in effetti, mai come in questo caso, manifestano la loro contiguità.

Fiorella Bulegato sottolinea come, seppur tecnicamente possibile distinguere tra archivio, collezione e museo aziendale, adottando come criterio le forme di organizzazione dei documenti e di fruizione della struttura, questa differenziazione risulti in realtà non soddisfacente "perché i casi più interessanti sotto l'aspetto scientifico integrano tali categorie"¹⁴⁹: l'archivio custodisce il dna del brand, il museo di impresa lo racconta.

L'archivio di impresa rappresenta il giacimento di un complesso di documenti - estremamente eterogenei per qualità e quantità ma coerenti con le differenti funzioni espresse dalla struttura organizzativa dell'azienda - prodotti da entità pubbliche o private nell'esercizio della loro attività per il raggiungimento di finalità contingenti e di conservazione della memoria.¹⁵⁰

¹⁴⁷ What is corporate museum? It is a lobby display, a historical room, an exhibition hall, or place called museum? cit. in Bulegato, op. cit., p. 53.

¹⁴⁸ Cit in Fiorella Bulegato, *I musei d'impresa. Dalle arti industriali all'industrial design*, Bologna, Carocci, 2008, p. 55.

¹⁴⁹ Ivi, p. 65.

¹⁵⁰ Tommaso Fanfani, "Archivio storico di impresa" in *L'impresa dell'archivio. Organizzazione, gestione e conservazione dell'archivio di impresa*, Firenze, Edizioni Polistampa, 2012, pp. 20-21.

L'archivio d'impresa, come qualsiasi archivio, ha il compito di costruire una continuità nell'attività dell'azienda, predisponendo quelle direttrici storiche che verranno poi selezionate ed esposte nel museo.

Ma questo movimento è vero anche al contrario: spesso, infatti, è in occasione di mostre o celebrazioni di un qualche tipo che portano all'idea della costituzione di un museo, che necessita di un'organizzazione sistematica dei materiali presenti in archivio. E siamo quindi al secondo punto di interesse della definizione di museimpresa che riguarda il carattere di esemplarità della politica culturale dell'impresa.

Anche qui, come già abbiamo visto nel capitolo precedente, la chiave sta in una procedura stabilita a monte del processo di archiviazione e di esposizione: la selezione dei materiali. Quali tipologie di oggetti bisogna raccogliere ed esporre in un archivio e museo d'impresa affinché possano essere considerati esemplari?

La questione si fa ancora più difficile in discipline progettuali, come la moda e il design che coprono uno spettro materiale e immateriale molto ampio: la ricerca sui materiali, la tecnica, la progettazione, il consumo, l'immaginario.

In questi contesti sarebbe possibile declinare il museo di impresa in una serie di sottocategorie a seconda della specializzazione, o del punto di vista che decide di rappresentare: museo della storia dell'azienda, di prodotto, museo di marca, museo di storia dell'imprenditore, museo di categoria merceologica o di categoria imprenditoriale, museo di distretto produttivo, museo-archivio, museo-sito, museo science centre, museo parco-tematico, museo a tema.

Quali sono gli oggetti di un museo di impresa di moda? I prodotti, innanzitutto. Ma anche tutto ciò che ha portato al prodotto finito e tutto ciò che ne ha gravitato attorno: progetti e prototipi, fotografie, brevetti, bozzetti, campioni di stoffe ecc.

Materiali eterogenei che dovrebbero ricostruire il caleidoscopio di professionalità, discipline, strumenti coinvolti e l'aspetto processuale della produzione della moda, che va ben oltre il mito romantico del "gesto" creativo del grande designer.

Va da sé che questo passaggio è diventato possibile solo in seguito all'affermarsi del concetto di heritage, e al riconoscimento del campo della produzione industriale in un'ottica culturale, dovuto all'allargamento di orizzonti storiografici verso i prodotti della cultura materiale, che ne hanno sancito la legittimità in ambito museale.¹⁵¹

Appare chiaro, quindi, come le imprese a questo punto sono state più o meno esplicitamente chiamate in causa nel contribuire alla preservazione e conservazione dei propri materiali e l'apertura dei propri archivi storici.

L'archivio di impresa, evidenziando il lato industriale della moda, si lega ai meccanismi produttivi, economici, promozionali che li carica di un valore inestimabile nel campo di studi della cultura materiale. In questo senso i musei di impresa hanno una doppia funzione che corrispondono a due differenti declinazioni di heritage: da un lato rispondono a necessità interne dell'impresa, a strategie di promozione e di identità del brand (che vedremo nel paragrafo 5), dall'altro, essendo testimonianza di cultura materiale di un territorio, un paese, una società, concorrono in maniera determinante alla definizione del paesaggio heritage in senso proprio.

E questo ci porta all'ultimo snodo che emerge della definizione di Museimpresa, ossia il rapporto con i distretti e il territorio,.

Abbiamo visto, infatti, come la prima applicazione del concetto di heritage riguardi in l'idea di una costruzione narrativa ampia, che mette in connessione il particolare con il generale, con l'idea di saldare un'identità collettiva. In questo caso, il riferimento al "distretto" ha due conseguenze fondamentali: da un lato annette socialmente l'impresa al territorio, dall'altro collega il museo alla produzione (tipica, specialistica) di quel territorio.

La genesi dell'heritage, infatti è strettamente legata all'idea di identità nazionale e molti Paesi utilizzano la propria storia culturale come mezzo per servire interessi politico economici. I musei sono al servizio di questo sistema in quanto "sono istituzioni che hanno la missione di scoprire, conservare e mettere in mostra gli splendori di ogni società".¹⁵²

In questo senso rileva Maddalena Rinaldi, i musei di impresa hanno molto in comune con le Esposizioni Universali ottocentesche:

Discendente delle Esposizioni Universali, il museo dell'azienda è il monumento culturale dell'impresa: la conservazione in continuo divenire del saper fare italiano. È il luogo del made in Italy, in cui l'esposizione della merce, spesso nelle ex-sedi produttive, realizza un mix comunicativo. Facendo del museo una nuova strategia di marketing. Nei racconti allestiti dalle esposizioni, infatti, oggetti, documenti e architetture creano bricolage di materiali, suoni e odori, rivelando l'identità aziendale.¹⁵³

Ma questo monumento aziendale non viene installato in un deserto. Proprio perché legata a una dimensione di produzione e consumo, di fatto quest'identità aziendale entra in un'affinità elettiva con la comunità in cui è inserita:

I discorsi della moda stabiliscono connessioni tra prodotti e competenze, per dimostrare le specificità dei modi di produzione, circolazione e consumo nella moda e di cosa può essere raggiunto. Queste connessioni creano un senso di appartenenza che legano le persone agli artefatti all'interno della società.¹⁵⁴

E questo vale per gli archivi delle grandi come delle piccole imprese. Questi ultimi, i "micromusei" diventano dei poli per lo studio di materiali o conoscenze specifiche. Il particolare sistema produttivo italiano, per distretti industriali specifici, infatti, riflette diverse specializzazioni, anche territoriali, che rappresentano uno dei punti di interesse che i musei di impresa vogliono sottolineare. La conservazione del saper fare artigiano lo colloca in una dimensione affine al museo etnografico, mentre, dall'altro lato, la loro specializzazione rappresentano un bacino prezioso per gli studiosi e i curatori di moda.¹⁵⁵

In quest'ottica di "messa in heritage" è evidente come la moda assuma valore non più solo per le sue qualità visibili e materiali, ma anche per tutto ciò che è connesso al sistema, i processi che lo hanno creato, le tecnologie che lo hanno reso possibile, e i sistemi economico e sociali che lo hanno supportato. Ecco che quindi i musei di impresa assumono un ruolo cruciale in questo passaggio dall'oggetto al processo: l'heritage innesca il racconto, il museo di impresa lo rende tangibile e lo rimette in circolo, rafforzato di senso e di valore simbolico, nella dinamica dei consumi.

Il caso del *Made in Italy* in questo senso è esemplare.

Come sottolineato da Eugenia Paulicelli, infatti, il marchio made in Italy racconta ben di più del luogo di produzione. È un meta brand costruito e comunicato in un preciso momento storico, culturale ed economico, che ha creato un legame inscindibile tra un certo modo di fare moda, uno stile di vita, e l'identità italiana.

La tipicità della produzione italiana, legata alla qualità dei materiali, alla cura del dettaglio e alla sapienza artigiana, esce dai suoi confini operativi diventando marchio internazionale che funziona anche per produzioni di aziende estere, e allo stesso tempo diventa sineddoche di una generale "qualità della vita" del nostro Paese.

La campagna del *Made in Italy* è stata lanciata negli anni '70 per identificare lo stile italiano con

esempi di innovazione nel design e nella storia che mantengono e rafforzano gli alti livelli dell'artigianato italiano, l'attenzione al dettaglio, la bellezza, e l'identità culturale, i valori che definiscono il carattere e lo stile italiano al suo meglio

¹⁵¹ Ivi, p. 25.

¹⁵² cit. in Luz Neira Garcia, op. cit. p. 65.

¹⁵³ Rinaldi cit. in *Exhibit*, op. cit. p. 59.

¹⁵⁴ Ivi, p. 65.

¹⁵⁵ cfr. Segge, "In italia" in *Exhibit*, op. cit. 58-59.

La retorica del *Made in Italy* diventa fondativa di un doppio movimento: da un lato essa diventa heritage da preservare e da comunicare, mentre, contemporaneamente, diventa parte di un processo di valorizzazione della moda italiana *in quanto tale*, già certificata dall'essere *made in*. Il processo di messa in heritage del “made in” è quindi un valore contemporaneo che progetta il futuro e usa il passato come un “appeal alla continuità”,¹⁵⁶ trasformando la cultura in un bene economico.¹⁵⁷

Questo processo si serve di due attori principali. Da un lato i musei, sfruttando il proprio ruolo di autorità riconosciuta, certificano il valore culturale, dall'altro le mostre temporanee e gli archivi tengono in vita la narrativa e tengono materiali in caldo per nuove declinazioni del racconto, riflettendo la fluidità del concetto di heritage.

Le collezioni passate infatti assumono un nuovo significato mentre le nuove collezioni sono selezionate e sistemate in attesa del loro turno di entrata in scena.

L'archivio di un'impresa di moda ha delle caratteristiche che vanno ben oltre la “semplice” conservazione del passato storico dell'azienda, ma rappresenta un bacino potenzialmente infinito cui attingere per autorigenerarsi, oltre che per legittimarsi come fatto culturale.

Gli archivi di impresa hanno anche una caratteristica peculiare: soprattutto quando si tratta di imprese ancora attive, mantengono ancora in funzione il loro scopo d'uso corrente e rappresentano un percorso ancora in itinere, di “museo del presente” potenzialmente infinito, rendendolo luogo di applicazione di quella che Eco ha chiamato *vertigine della lista*:

Tranne casi rarissimi di una raccolta che riunisca tutti gli oggetti di un certo tipo, la raccolta è sempre aperta e potrebbe sempre arricchirsi di qualche altro elemento. Specie se, alla base della raccolta ... sta il gusto dell'accumulazione e dell'incremento *ad infinitum*.¹⁵⁸

L'incremento ad infinitum di cui parla Eco è un elemento che nell'archivio, specialmente nell'archivio di impresa, va controllato e organizzato. Per questo, come rileva Tommaso Fanfani, è possibile distinguere tre fasi principali:

La fase dell'archivio corrente o attivo, dato nel momento in cui l'impresa produce e tratta la propria documentazione per utilizzo e finalità di uso quotidiano; la fase del deposito, vale a dire il momento in cui si allenta la domanda interna sulla documentazione che viene comunque conservata; la fase dell'archivio storico vero e proprio, in cui la documentazione viene acquisita e ordinata in un'apposita struttura, dove diventa disponibile alla consultazione per finalità di studio o ricerca.¹⁵⁹

Da qui esigenze e aspetti particolari con cui un curatore si trova a fare i conti: conservazione e fruizione, organizzazione dei materiali e loro consultabilità, necessità di documentare in modo approfondito e corretto i materiali contrapposta a snellezza e velocità richiesti nel rendere visibili e accessibili i risultati.

L'archivio è il “tesoro” di un'azienda, eppure solo in tempi relativamente recenti i brand hanno compreso appieno l'importanza di preservare il proprio patrimonio in maniera sistematica: per la maggior parte dei casi, gli archivi delle imprese erano poco più che magazzini di deposito. Un “tesoro” nascosto alla vista, anche per ragioni di segretezza e proprietà industriale e intellettuale. Ed è tuttora il motivo per cui non tutti gli archivi sono accessibili, o lo sono solo in parte, o dietro autorizzazione. In questo senso, l'archivio riscopre le sue radici burocratiche di luogo del potere e delle informazioni da “non” condividere

Accessibile o meno al pubblico, l'archivio deve comunque rispondere a esigenze di leggibilità in sede di consultazione, che risponda a diverse esigenze e utilizzi trasversali. L'archivio può infatti servire come un inventario di materiali e di produzione, come repertorio per l'ufficio stile, o essere consultato dall'ufficio marketing e comunicazione.

156 Luz Neira Garcia, op. cit. p. 66.

157 Ivi, p. 67.

158 Eco, op. cit., p. 165.

159 T. Fanfani, “Archivio storico d'impresa: un complesso percorso di affermazione”, in *L'impresa dell'archivio*, op. cit. pp. 23-24.

Le specificità dell'archivio di moda riguardano vari ambiti: in primo luogo, l'eterogeneità dei materiali e dei fondi, che corrispondono a diverse fasi della progettazione e produzione. Fotografie, immagini, pubblicità, video; stampa (per ricostruire immagine e storia, percorsi e contesti); tessuti; che si presentano sotto svariate forme, che raccontano la storia stilistica e tecnologica del tessile; i disegni, l'archivio prodotto: capi e accessori, progetti speciali, pezzi unici. Questo è il fondo archivistico che richiede grandi spazi e difficoltà di conservazione; documenti (amministrazione).

L'Heritage è tutto quello che riguarda gli artefatti fisici e gli attributi intangibili che connettono un brand al suo passato ... Credo che possano essere scomposti in codici che possono essere usati - e anche abusati - per creare un terreno comune, connettendo il passato con il futuro.¹⁶⁰

Quando Matteo Marzotto ha acquistato Vionnet nel 2008, lo scopo dell'operazione era ridare vita a un brand morto. In realtà proprio perché privo di storia recente, il brand Vionnet permetteva di attingere a un passato più radioso e brillante, come direbbe Foucault. Vionnet aveva delle caratteristiche ben precise: drappaggi, asimmetria, geometria.

Il designer scelto (Rudy Paglialunga) non avrebbe dovuto inventare niente, ma lavorare sui codici preesistenti. Non a caso, i brand di moda iniziano a riflettere sulla propria storia e aprono musei. È il caso di Gucci, ad esempio, che in occasione dei 90 anni di attività, ha aperto un museo a Firenze. Il fondatore, Guccio Gucci, affermava che ogni brand deve essere rilevante rispetto all' “adesso”, deve quindi mantenersi vivo.

Il rapporto con la tradizione, per Gucci, è qualcosa di autentico e legittimo, che non ha nulla a che vedere con la nostalgia, racconta Patrizio di Marco, e che non si esaurisce nell'avere “un ricco archivio o uno splendido museo”, ma che deve essere costruita su tradizioni e valori reali costruiti sull'esperienza, passione e know-how, passato per generazioni: “l'autenticità dell'heritage è qualcosa che puoi vedere, toccare e sentire in ogni prodotto”.¹⁶¹

Patrizio di Marco afferma giustamente che l'heritage è l'archivio o nel museo, eppure l'heritage si serve dell'archivio per rendere iterabili le qualità del brand, per preservare nel tempo e permettere quel passaggio di know how da una generazione alla successiva.

L'archivio è una forma di scrittura in relazione a un sapere che è assimilabile alla cultura orale, come rileva anche Diego Della Valle di Tod's:

“credo che in un mondo che sta perdendo il significato del valore della qualità, spesso preferendo eccessiva visibilità invece di qualità, è molto importante tenere standard qualitativi alti e focalizzarsi sul buon gusto e esclusività”.¹⁶²

Il primo museo di un'azienda di moda in Italia è il museo Ferragamo aperto nel 1995 con l'intenzione di valorizzare storicamente l'attività di Ferragamo, farla conoscere al pubblico e agli studiosi, inquadrandola nell'evoluzione della calzatura e della moda, dall'altro come strumento di comunicazione e di affermazione del marchio aziendale. “avere il dovere di lasciare una testimonianza di sé, delle proprie ricerche, della propria creatività e in particolare ai più giovani”.¹⁶³

Il museo Ferragamo ha sede a Firenze, nella sede storica dell'azienda. La struttura ospita lo spazio museale, dove le opere di Ferragamo sono esposte a rotazione, l'archivio e una biblioteca specializzata in storia della moda e della calzatura.

160 M.A. Macaice, cit. in S. Menkesnov, “Heritage Luxury: Past becomes the Future”, [https:// www.nytimes.com/2010/11/09iht-rsuzy.htm](https://www.nytimes.com/2010/11/09iht-rsuzy.htm), nov. 8.2010, (23/10/2019).

161 Ivi.

162 Cit. in Ivi.

163 Fiocella Bulegato, *I musei d'impresa. Dalle arti industriali al design*, Bologna, Carocci, 2008, pp.149-150.

Il primo inventario dei materiali conservati nell'azienda avviene nel 1985, in occasione di una mostra retrospettiva per ricordare Ferragamo a 25 anni dalla morte: *I protagonisti della moda. Salvatore Ferragamo*. I materiali conservati allora nell'archivio erano vario genere:

scarpe, modelli in fase progettuale, strumenti di lavorazione, le forme del legno dei piedi “, famosi” fotografie (dagli anni dieci in poi), documenti amministrativi (dal 1927 in poi), i brevetti, la rassegna stampa e i video. Oltre a ciò, alcune scarpe antiche collezionate da Ferragamo stesso.¹⁶⁴

L'archivio Ferragamo origina dalla consuetudine, iniziata dallo stesso Ferragamo e continuata dalla famiglia, di conservare modelli di calzature, pellami, strumenti di lavorazione, brevetti, fotografie, carte documentarie, filmati, rassegne stampa dagli anni Venti del Novecento.¹⁶⁵ Ogni marchio ha una sua specificità e presenta delle varianti nell'archivio che le rappresentano. Particolarmente significativo, nel caso di Ferragamo è la parte dell'archivio relativa ai materiali e ai brevetti, che sono caratterizzanti della sua attività e del passaggio da una produzione esclusivamente artigianale a una industriale.

Attualmente l'archivio è una struttura vitale in continuo incremento, che, oltre ai pezzi storici, conserva come prassi, la produzione corrente: una selezione di pezzi della stagione e alcune sperimentazioni se considerate interessanti, oltre a tutto il materiale relativo alla comunicazione.

L'archivio è accessibile per motivi di studio, dietro richiesta della facoltà.

Altro caso esemplare è quello dell'archivio Emilio Pucci, gestito da una fondazione creata ad hoc per valorizzare e conservare un patrimonio di circa 15.000 capi e 20.000 stampati.

La fondazione archivio Emilio Pucci è nata nel 2001 con una mission e obiettivi ben precisi:

- Conservazione e salvaguardia dei materiali
- Inventariazione, catalogazione, organizzazione degli spazi conservativi ed espositivi
- Collaborazione con la Maison per lo sviluppo delle nuove collezioni, per l'ideazione di eventi corporate, per la comunicazione
- Mission culturale: creazione e produzione di eventi istituzionali, pubblicazioni, partecipazione a diverse attività culturali in cui i valori e la cultura del marchio, il suo ruolo nella storia del costume ma soprattutto nella moda contemporanea possano essere comunicati e valorizzati
- Didattica e formazione.¹⁶⁶

Nel caso di Pucci, un elemento particolarmente tipico è la sezione degli stampati: oltre 1500 conservati in archivio in 10/12 varianti di colore diverse, che ancora oggi sono la base delle nuove collezioni.

L'archivio quindi è frutto di una scelta fatta nel presente, per codificare il passato in un'ottica futura: “scegliere il proprio futuro possibile”.¹⁶⁷

¹⁶⁴ Ivi, p. 156.

¹⁶⁵ Stefania Ricci, *Museo Salvatore Ferragamo. I nostri primi trent'anni*, Firenze, Edifir, 2015, p. 29.

¹⁶⁶ *L'impresa dell'archivio*, op. cit. p.153.

¹⁶⁷ Ivi, p. 82.

2.2 Catalogazione della moda in relazione alla sua specificità disciplinare

Alla base di ogni operazione archivistica c'è la classificazione.

Per rendere disponibile un documento è infatti, necessario indicizzarlo per poterlo identificare e collocare correttamente.

La moda, per la sua natura complessa e ibrida, necessita di specifiche modalità classificatorie che ne ricostruiscano la multidimensionalità. Marie Riegels Melchior¹⁶⁸ sottolinea come la necessità di classificare gli abiti acquista man mano più importanza tanto più l'esposizione di moda ambisce a rappresentare la complessità del contesto, storico, produttivo, tecnologico, ma anche immaginativo e seduttivo.

Poiché la moda si riferisce a più campiti semantici, è importante che la terminologia sia precisa, come era chiaro già a Roland Barthes negli anni '70 e come ribadisce Patrizia Calefato: “la moda non esiste se non attraverso gli apparati, le tecnologie, i sistemi comunicativi che ne costruiscono il senso”.¹⁶⁹

In occasione della pubblicazione del volume *La Moda Italiana*, frutto di una ricerca sul campo sostenuta dal comune di Milano, per produrre una mappatura della disponibilità di documentazione della moda italiana dal secondo dopoguerra, le curatrici sottolineavano l'importanza di adottare un sistema di schedatura unitario e coerente per la lettura dei documenti di moda:

Solo la raccolta di dati completi che vadano dalla progettazione del singolo elemento alla sua realizzazione tecnica, attraverso la conoscenza dei materiali costitutivi fino alla fruizione finale, e la possibilità di raffronto e verifica per l'ampia concentrazione della raccolta, possono permettere analisi e interpretazioni vertiere, aderenti alla complessa realtà che ha prodotto la testimonianza vestimentaria. La scomparsa, o la trascurata considerazione di uno o più di questi aspetti, non può che incidere negativamente sull'utilità del dato come momento costruttivo dell'analisi, portando a conclusioni difettose o arbitrarie.¹⁷⁰

I ricercatori impegnati sono partiti da controlli documentari incrociati: archivi, ricordi personali degli archivi della camera di commercio, quotidiani dell'epoca, riviste di moda e di attualità, letteratura (al tempo molto scarna) sull'argomento, abiti originali.

La modalità di raccolta di dati e schedatura si è sviluppata a partire da griglie su: aziende produttrici, autori di case di moda, oggetti di moda (divisi per abiti e accessori), disegni e fotografie.

L'eterogeneità dei materiali di cui è composto un archivio di moda (abiti, accessori, disegni, illustrazioni, fotografie redazionali) necessita anche del giusto vocabolario: anche la parola, di fatto, è un “abito” e il dizionario è una “uniforme”.

La mostra *The Concise Dictionary of the Dress*, curata da Judith Clark e Stephen Williams, problematizza proprio il rapporto tra dizionari, archivi e display di moda, giocando sul potere evocativo che hanno le parole e su come il loro significato cristallizzato dal dizionario blocchi un flusso immaginativo personale, che viene però riattivato attraverso l'installazione e un'uso evocativo della parola.

Attualmente lo standard nella catalogazione scientifica è stato messo a punto il lemmario ICCD, che interviene a supporto e integrazione della già esistente scheda VeAC (vestimenti antichi e contemporanei), dedicata alla schedatura di abiti e accessori per definizione, tipologia sartoriale, nome storico/commerciale.¹⁷¹

¹⁶⁸ cfr. Exhibit!, op. cit. p. 76.

¹⁶⁹ Ivi, p. 79.

¹⁷⁰ Grazietta Butazzi, Alessandra Mottola Molino, “Per una metodologia della ricerca”, in *La Moda Italiana: Le origini dell'Alta Moda e la maglieria* (vol. I), a cura di Gloria Bianchino, Grazietta Butazzi, Alessandra Mottola Molino, Arturo Carlo Quintavalle, Electa, Milano 1987, p. 296.

¹⁷¹ cfr. Exhibit, op. cit. p. 80.

Il lemmario ha lavorato soprattutto sulla necessità di una normalizzazione dei termini da usare: un vocabolario esatto che identificasse in maniera sintetica ma completa tutte le possibili morfologie, tecniche di esecuzione, tessuti, motivi decorativi. Descrive inoltre la datazione, la definizione culturale, i dati tecnici, la storia del capo. Seppur rigoroso, e costruito secondo un criterio espandibile che permetta di confrontare gli oggetti in un corpus di informazioni utili a diversi settori, il lemmario risulta ancora insoddisfacente, in primo luogo sulla corrispondenza con altre lingue.

Una standardizzazione assoluta e definitiva, infatti, probabilmente è impossibile. Proprio perchè la moda cambia continuamente a seconda dei contesti, e si contamina con altri ambiti della cultura materiale, dell'arte e del consumo.

Di fatto, ogni mostra crea un proprio vocabolario, come il *Piccolo Dizionario dell'Alta Moda Italiana* curato da Vittoria Caterina Caratozzolo in occasione della mostra *Bellissima. L'Italia dell'alta Moda 1945-1968*, curata da Maria Luisa Frisa con Stefano Tonchi e Anna Mattiolo (Roma, MAXXI, 2 dicembre 2014 - 3 maggio 2015, MAXXI / Electa, Roma-Milano 2014). Questo aumenta la difficoltà del compito dell'archivista, che deve oscillare tra le due forze opposte della necessità di una sistematizzazione del generale e il bisogno di mantenere aperte tutte le possibilità del particolare.

Descrivere un oggetto - al pari di un disegno tecnico o di una fotografia - richiede competenze specifiche per cui, mentre da un lato resta centrale la figura dell'archivista nell'individuazione dei legami interni ai documenti che solo chi ha trattato l'archivio nella sua interezza può cogliere, dall'altro per il riordinamento, l'inventariazione e la descrizione di questo materiale documentario è necessaria la collaborazione con figure professionali dotate di competenze tecniche specializzate da individuare a seconda del settore e del prodotto¹⁷²

In questo esercizio si sono cimentati, nel 2013, gli studenti del corso di laurea in Design della moda dell'Università Iuav di Venezia, con il workshop *Re-Visioni: esercizi a partire da una study collection*, sfociato poi in una mostra a cura di Gabriele Monti.¹⁷³ Gli studenti sono stati chiamati ad attraversare la Study collection, interpretando l'archivio come dispositivo per una pratica progettuale. Il punto di partenza è stata proprio la compilazione, rigorosa scientifica, della scheda VeAC. L'attenzione e la scomposizione in dettagli che questo processo di schedatura ha implicato ha permesso a questi stessi dettagli di emanciparsi dall'oggetto, e diventare concetto, evocazione, e riconfigurarsi in altre forme e progetti.

Tentare di raggiungere una modalità di schedatura e classificazione serve anche per tradurre modalità classificatorie personali che sono specchio della forma mentale di chi lo ha catalogato. Questo è particolarmente vero nel caso di archivi di artisti o di designer, che per le loro collezioni non seguono criteri professionali dell'archivista ma il loro flusso creativo. Particolarmente significativo è il caso del couturier Charles James, i cui materiali eterogenei sono stati acquisiti dal Metropolitan Museum of Modern Art nel 2013, recentemente al centro di un complesso processo di archiviazione a opera di due archivisti professionisti, in collaborazione con il Costume Institute. L'idea era di rendere accessibile e consultabile l'archivio a studenti, ricercatori, designer e chiunque avesse interesse a studiare l'eredità di James. La collezione di James rappresentava una sfida enorme per gli archivisti: vasta, composta di materiali differenti e di diverse misure e ingombri, non tutti perfettamente conservati. Seppur indecifrabile, non era esattamente priva di ordine. Al contrario, i materiali portano le tracce di continue, ossessivi tentativi dell'autore di organizzare i suoi documenti secondo un criterio che rispondesse alle sue modalità creative.

¹⁷² Ivi, p. 82.

¹⁷³ *Re-Visioni. Esercizi a partire da una Study Collection*, a cura di Gabriele Monti, Spazio Punch, Giudecca 800/o, Venezia, 5-29 aprile 2014.

James era ben consapevole del valore del suo archivio: “voglio che i miei materiali siano conservati... ho una sensazione che il mio lavoro esposto nei musei possano un giorno essere di interesse per tanti”.¹⁷⁴

A partire dal 1969 ha tentato di donare il suo archivio allo Smitsonian, dopo l'interesse manifestato da Richard Howland, allora assistente del segretario dell'istituzione.

Per decifrare il mare magnum dei materiali, gli archivisti hanno dovuto entrare nella testa di James, comprendendo come la raccolta dei materiali fosse un'estensione della sua modalità di lavoro, idiosincratice e poliedrica, difficile quindi da inquadrare in una modalità univoca. Hanno abbandonato subito, ad esempio, un primo tentativo di dividere i materiali tra documenti personali e documenti di lavoro: per James non esisteva una netta distinzione in questi due settori.

Nè esisteva una qualche gerarchia di importanza dei materiali.

I materiali erano molto vari, legati al fare i vestiti e alla sua fama come designer: disegni e schizzi (suoi e dell'illustratore Antonio Lopez), foto, carteggi, curricula creati per corsi di design, incluse forme tridimensionali, corrispondenza con personalità del mondo dell'arte e della moda, ritagli di giornali che parlavano di lui come creatore.

Gli archivisti hanno dovuto lavorare quindi su due fronti, uno che riguardava l'organizzazione concettuale dei materiali, l'altra l'organizzazione fisica.

L'ossessiva ricerca di James di produrre un archivio coerente ha portato a una continua sovrapposizione di codici - alcuni inventati da lui stesso (d'altronde ogni sistema di codificazione è sempre arbitrario), usando colori o lettere, ma senza una sistematicità che li legittimasse. Molti materiali erano semplicemente classificati con “to be filed”.

Gli archivisti che hanno lavorato al progetto spiegano come l'operazione sia divisa tra un prima e un dopo: il punto di svolta è stata proprio la comprensione della volontà di James di classificare. Seguendo questo criterio, hanno isolato tre tipologie di segni: la scrittura a mano, il tipo di materiale d'ufficio che ha usato, e il sistema organizzativo che ha usato.

C'era poi il problema dell'organizzazione spaziale dei materiali. I materiali erano molto diversi e richiedevano sistemi di stoccaggio diversi. James faceva un grande uso del largo formato: storyboard, poster, portfolio, foto, spesso assemblati insieme. La maggior parte delle scatole o contenitori standard usati dagli archivisti non erano adatti a contenere questi materiali. Bisognava quindi progettare un contenitore apposito, che ne permettesse allo stesso tempo la conservazione e la consultabile. L'idea è arrivata dall'archivio stesso: tra i materiali del Brooklyn Museum c'era infatti una cartella pieghevole di cartone che James usava per conservare campioni di vestiti che i suoi clienti li procuravano, con tasche interne per contenere materiali di dimensioni diverse. Questo faldone, chiamato “*broadfolio*” è diventato il modello che gli archivisti hanno usato per i materiali fuori misura.

¹⁷⁴ Caitlin McCarthy, “Some system should have been devised.” *The organization (and disorganization) of Charles James's Archive*, <https://www.metmuseum.org/blogs/in-circulation/2016/charles-james-2>.

2.3 La “smaterializzazione” degli oggetti di archivio: la dimensione digitale

L'avvento del digitale ha portato a una totale riconfigurazione del concetto di archivio. Per una serie di ragioni che capovolgono gli assetti ontologici dell'archivio visti in precedenza. Il digitale produce una trasformazione dello status dell'oggetto archiviato e sulle modalità di archiviazione, in più presuppone anche diverse modalità di relazione tra gli oggetti e diverse modalità di consultazione. Ma non solo: il digitale apre anche a tutti la possibilità di archiviare materiali, senza nessun limite di spazio, facendo virtualmente saltare il principio di selezione.

Le tecnologie digitali producono oggetti “virtuali” che traducono la materialità dell'oggetto in codici numerici, che poi ne restituiscono alcuni caratteri su uno schermo.

Di fatto si crea un oggetto differente, smaterializzato, che diventa pura memoria.

Dobbiamo a questo punto tornare per un attimo al concetto di memoria.

Il processo di memorizzazione, come abbiamo visto, è il risultato di una serie di operazioni cerebrali che, sulla base di una traccia percettiva, “ricostruiscono” il ricordo sotto forma di immagine, che però non corrisponde mai all'immagine principale.

Questo processo di traduzione, per diventare ha sempre bisogno di un “mediatore di deposito”, una qualche tecnologia che fissi e incaselli il ricordo (mnemotecnica, scrittura, registrazione, ecc.) e di pratiche culturali.

In questo il computer è sicuramente un mediatore e il processo di memoria digitale ricalca completamente quello fisiologico. Anzi, secondo Aleida Assmann, riporta il processo del ricordo a una matrice originaria:

Per l'influenza della tecnologia di archiviazione computerizzata, riemerge nella concezione della memoria il concetto di sovrascrivibilità permanente e di ricostruibili del ricordo. Nelle tecniche di archiviazione e negli studi sulla struttura del cervello umano viviamo in questo momento una fase di trasformazione paradigmatica nella quale all'idea di ritenzione permanente si sostituisce il principio di una continua sovrapposizione di dati mnestici.¹⁷⁵

Questa continua sovrascrivibilità però ha un possibile colpo di scena: nella dialettica tra memoria e oblio questa memoria continua e costante rischia di fatto di sancire la scomparsa della memoria a favore dell'oblio, venendo completamente a mancare l'idea originaria di traccia.

Con l'avvento dell'era digitale giunge al termine non solo l'epoca della stampa, ma, in assoluto, anche l'era della scrittura materiale. [...] Il *transitorio* ha guadagnato terreno sul *trans-storico*. L'antica e fondamentale metafora della scrittura come traccia, come indizio di una presenza perduta che può ancora essere decifrata, come iscrizione del senso di incisione e impronta duratura, si dissolve inavvertitamente nel segno della memoria digitale. Questo nuovo orientamento segna una decisiva trasformazione materiale degli spazi del ricordo perchè la percezione della profondità, del sostrato, della sedimentazione e della stratificazione, consolidatesi soprattutto nell'idea di una memoria latente a metà strada tra presenza e assenza, era legata alla materialità della scrittura. Nell'era informatica queste idee e queste concezioni non possono mantenere la loro validità. Quel che regna qui è la superficie, dietro la quale non ci sono che contenuti matematici e comandi in codice 1 o 0.¹⁷⁶

Di tutt'altro avviso è Arjun Appadurai, che invece vede in questa nuova natura dell'archivio un potenziale da leggere in positivo:

dobbiamo cominciare a vedere tutta la documentazione come intervento, e tutta l'archiviazione come parte di una sorta di progetto collettivo. Più che essere la tomba della traccia, l'archivio è più frequentemente il prodotto dell'anticipazione della memoria collettiva.¹⁷⁷

Il digitale esaspera la concezione fluida e mobile dell'archivio, aumentandone a dismisura la dimensione frammentaria e la sua “combinabilità”. L'archivio digitale è un sistema estremamente flessibile il cui contenuto è costantemente ricontestualizzato: è un'esistenza dinamica e in continuo cambiamento.

Non c'è più separazione tra documento e la sua infrastruttura: “una volta che l'archivio si basa sulla circolazione di dati la sua forma enfatica si dissolve nella superficie del Coding e del protocollo, in circuiti elettronici di flusso di dati”.¹⁷⁸

Cambia anche il rapporto con il tempo e lo spazio. Il tempo della sedimentazione del materiale, il tempo della ricerca, ma anche il tempo per la consultazione.

Se per la scienza archivistica un documento diventa materiale d'archivio solo quando è “morto”, cioè ha cessato di assolvere una funzione pratica, l'archiviazione in digitale, specie se condivisa su internet, assume un carattere diverso. Internet è essenzialmente un archivio del presente, e solo secondariamente un archivio del passato.¹⁷⁹

Lo spazio, se da un lato è compresso alla superficie dello schermo, dall'altro è esteso all'infinito, permettendo di accedere e connettere materiali che si trovano in luoghi fisicamente distanti, il che induce a rivedere l'idea di archivio come luogo.¹⁸⁰

In questo senso la doppia natura dell'archivio pende più verso la componente generativa, più che conservativa.

Cambia anche la natura dell'archivista: nelle piattaforme di archiviazione digitale tutti possono caricare il proprio materiale e tutti possono accedervi, trasformando anche la concezione foucaultiana dell'archivio come luogo del potere.

Gli archivi digitali, infatti, sono spesso intesi come soluzione alla democratizzazione del processo archivistico, evocando il concetto di “autoarchivio”.

Cambia completamente il paradigma, tanto da far dire a Katrina Sluis che l' “archive Fever” di Derrida sia stato sostituito dal “database fever”.¹⁸¹

Questo è vero in parte: innanzitutto l'archiviazione si serve comunque di un'infrastruttura, controllata da qualcuno, in secondo luogo, la natura smaterializzata del materiale digitale obbliga a riconfigurare il concetto di originalità e autenticità. Ma c'è un altro importante elemento che cambia con il digitale: l'archivio digitale sovverte il rapporto di autorità che l'archivio ha sempre storicamente avuto: “l'archivio digitale non preserva, duplica, e conserva solo riproducendo”.¹⁸²

Questo paradosso è evidenziato molto bene nell'opera di Jamie Shovlin, che ha creato e messo online un archivio fittizio di una persona fittizia, Naomi V. Jelish, il tutto documentato nei minimi particolari seguendo le modalità canoniche del processo archivistico tradizionale.¹⁸³

Le tecnologie di archiviazione digitale risolvono uno dei principali crucci dell'archivista: la mancanza di spazio. Questo porta a una possibilità assolutamente inedita: la possibilità di archiviare tutto. È, infatti, in un certo senso, molto più semplice conservare che cancellare. Questo ha due conseguenze, fondamentali per lo status dell'archivio: da un lato, l'assenza di selezione rischia, di fatto di diventare accumulazione passiva, un' “euforia archivistica”, come la definisce Cristina Baldacci, che di fatto equivale a non ricordare assolutamente nulla, dall'altro l'avvento di una nuova era di memoria algoritmica:

177 cit. in Annet Dekker (ed.), *Lost and living (in) archives. Collectively shaping new memories*, Amsterdam, Vali, 2017, p. 16.

178 Ivi, p. 13.

179 cit. Cfr Feyles, op. cit. p. 165.

180 Ivi, p. 167.

181 Cfr., Ivi, pp.13-14.

182 Ivi, p. 166.

183 Sue Breakell, Perspectives: “Negotiating the archive”, Tate's online research Journal, www.tate.org.uk/research/tateresearch/08/spring.

175 Assmann, op.cit., p. 21.

176 Ivi, pp. 448-449.

un sistema sempre più intelligente di memoria che si autorganizza che può circolare indipendentemente dall'intervento umano,¹⁸⁴ aprendo le porte a un' "epoca di memoria potenziale" nella quale "il ricordo narrativo è tipicamente una ricostruzione a posteriori a partire da una serie di fatti ordinati e classificati che sono passati attraverso multiple raccolte fisiche di dati.

Si creano archivi sempre più dinamici che permettono nuove connessioni e collegamenti che vanno oltre le possibilità umane. Umani che comunque devono essere sempre presenti nell'organizzazione di questi materiali, che necessitano di un sistema di catalogazione differente da quello dell'archivio fisico, proprio per via delle infinite possibilità di connessioni.

Le conseguenze di questo cambiamento sono che diverse istituzioni pubbliche e private hanno iniziato un processo di digitalizzazione dei loro archivi, rendendolo più accessibile.

La digitalizzazione cambia statuto all'oggetto archiviato e solleva diverse questioni: la tecnologia, il tempo e lo spazio, accesso e protezione, materialità e delocalizzazione.

In questa nuova fruizione c'è una prima grande vittima sacrificale: la materialità degli oggetti, sostituita da una nuova materialità: quella dell'informazione (con il rischio che tutti gli oggetti sembrino uguali).¹⁸⁵ Questo cambia radicalmente il discorso sugli archivi che si riconfigurano come database di informazioni visive e testuali che possono essere facilmente isolate rendendo più semplice e immediato il processo di messa in relazione tra similitudini visuali e alla costruzione di "immagini dialettiche".

La scomparsa della materialità crea anche un nuovo rapporto con il tempo: i materiali digitali non si "usurano" in senso fisico e la mancata presenza dei segni del tempo colloca tutti gli "oggetti" dell'archivio digitale nello stesso tempo, quello presente, della consultazione di questo materiale.

Si usura, però l'infrastruttura che lo ospita, soggetto a rapida obsolescenza. Questo presuppone un costante aggiornamento delle tecnologie per evitare che la memoria venga perduta.

Questo cambio di status dell'oggetto e dell'archivio interessa, ovviamente anche la moda. Se già risulta difficile stabilire con esattezza cosa si intende per "archivio di moda", proprio per le varie componenti materiali e immateriali che compongono il sistema moda, ancora di più l'espansione del termine archivio prodotta del digitale interviene concretamente in questo senso.

Gli oggetti fashion hanno varie forme di materialità: vestiti, accessori, ma anche campioni, riviste, foto e video.

Come sottolineato da Caroline Evans, l'avvento dell'era digitale ha cambiato il modo con cui funzionava la moda: dalla seconda metà degli anni '90 la moda ha iniziato a essere più immagine che oggetto, come risultato di nuove reti e di nuove comunicazioni.

"Image is no longer a representation of an original [...] but has become the commodity itself, a new kind of commodity that we consume through various new, often digital, or digitally manipulated, media".¹⁸⁶

Non necessariamente, però, l'oggetto digitale deve essere inteso come semplice "immagine" dell'originale. La rivoluzione digitale della fine del ventesimo secolo ha cambiato le modalità con cui le istituzioni preservano, mettono in mostra e comunicano le loro conoscenze e collezioni, facilitando accessibilità alla ricerca. Le tecnologie digitali hanno ampliato le possibilità di sopravvivenza della cultura materiale, in primo luogo limitando la necessità di avere accesso fisico all'archivio, ma anche offrendo strumenti per strategie di conservazione più efficienti. È il caso, ad esempio del lavoro fatto nel 2014 dal Costume Institute del MET in occasione della mostra *Charles James: Beyond Fashion*.¹⁸⁷ I responsabili della conservazione hanno utilizzato diverse tecnologie per avvicinarsi e sezionare i materiali: robot, telecamere, proiezioni, stampe 3D, radiografie, fotografie a 360 gradi.

184 Cfr. Katrina Sulis, "Accumulate, aggregate, destroy. Database Fever and the archival web", in Dekker, op. cit., p. 37.

185 Marta Franceschini, "Navigating Fashion: on the role of digital fashion archives in the preservation, classification and dissemination of fashion heritage", in *Critical studies in Fashion & Beauty*, vol. 10, n.1, p. 69.

186 Caroline Evans, *A shop of images and signs*, in E. Shinkle, *Fashion as Photograph. Viewing and re-viewing images of Fashion*, London-New York, I.B. Tauris, 2008, p. 22.

187 si veda il contributo di Sarah Scaturro in occasione di *Fashion Digital Memories*, European Fashion Symposium 2017, In collaborazione con Università IUAV di Venezia e The New School-Parsons Paris, Venezia, 22-23 maggio 2017.

La tecnologia 3D, per esempio, è stata utilizzata per creare dei manichini su misura per accogliere i pezzi della collezione di James che non possono essere appesi o appiattiti.

Allo stesso tempo, la possibilità di esporre su piattaforme virtuali i capi, limita l'esposizione a quei fattori di stress che risultano particolarmente deleteri per abiti antichi (esposizione alla luce, necessità di maneggiare adeguatamente i pezzi, di predisporre uno spazio espositivo che risponda a precise esigenze e condizioni).

Un progetto del 2006, a cura del Royal Costume (www.kongedragter.dk), sfrutta proprio questa possibilità: presentando in modalità interattiva indumenti dei 16 monarchi danesi da Federico II alla Regina Margherita, con immagini ad altissima definizione, con possibilità di ruotare gli abiti e di osservarli un una modalità che non sarebbe certamente possibile dal vivo.

Il digitale permette anche di ampliare il campo di fruizione di una mostra lavorando su modalità partecipative: modeuze.nl è una piattaforma online per la moda e il costume che sperimenta modalità di integrazione tra un pubblico di amatori con il museo fisico, funzionando come un hub che raccoglie il contributo di diversi punti di vista (addetti ai lavori e amatori), secondo un modello partecipativo di produzione di conoscenza.

Il V&A ha creato una applicazione web che sviluppa la modalità partecipativa dei visitatori in relazione alla collezione, adottando la logica di condivisione tipica dei social media e integrandoli nelle mostre. Pionieristica in questo senso è stata la mostra del 2004 su Ossie Clak, per esempio, in era ancora pre-social. In quell'occasione il sito lanciò una campagna in cui si chiedeva ai visitatori di integrare il contenuto della mostra con racconti del proprio rapporto individuale con gli abiti del designer. Anche per la mostra su Vivienne Westwood.

L'archivio digitale è generativo, dinamico. Molto di più dell'archivio fisico. Attorno a questa considerazione si muove il progetto del sito web SHOWstudio, lanciato nel 2000 e diretto dal fotografo Nick Knight. La piattaforma è un contenitore dinamico di eventi, progetti, che funziona come uno studio aperto di pratiche creative capaci di generare nuovo materiale.¹⁸⁸

Mentre una rivista è essenzialmente un contenitore intelligente progettato per ripetersi periodicamente anziché ospitare nuovo materiale, un buon sito web ha il potenziale di essere questo nuovo materiale. Libero dalle strutture fisse date dai numeri di pagina e dalle categorie universali della stampa, un sito di moda è una cosa fluida e mutevole.¹⁸⁹

Il digitale permette anche di sviluppare nuovi strumenti utili ai designer, come dimostra il progetto ERASMUS+ "ART-CHERIE", partito nel 2016 con lo scopo di utilizzare l'heritage europeo come strumento di ispirazione per i designer, mediante l'utilizzo di tecnologie digitali che isolano misure, pattern digitali, animazioni 3D che esplorano visioni interne ed esterne con lo scopo di raggiungere un pubblico più ampio possibile nel processo di produzione di un abito e dell'artigianato nascosto non visibile nel capo.

Queste tecnologie possono anche suggerire modalità inedite di presentazione oltre, le possibilità date dalla tecnologia permettono forme espositive più dinamiche, che superino i limiti di esposizione statica dell'oggetto a favore di forme più interattive e partecipative. Dalla contemplazione alla partecipazione.

Il cambio di statuto dell'archivio digitale si manifesta con diversi approcci che vanno dalla creazione di database che aggregano più archivi in uno stesso portale, fino alla versione virtuale di museo che integra o sostituisce *in toto* il museo fisico.

In un recente articolo Marta Franceschini ha messo a confronto tre declinazioni di questi approcci: la piattaforma open Fashion del museo Momu di Anversa, European Fashion, una piattaforma che riunisce digital data attorno all'heritage di più di 30 istituzioni in Europa, e l'archivio digitale di Giorgio Armani, uno spazio digitale aperto al pubblico ma accessibile solo nello spazio fisico Armani/Silos a Milano.¹⁹⁰

188 Robin Healy, "Immateriality", in *The Handbook of Fashion Studies*, op. cit. p.331.

189 Ibid.

190 Cfr. Franceschini, op. cit.

Open Fashion, la piattaforma digitale del Momu, è nata nel 2010-2011, in collaborazione con il fashion department della Royal Academy of Fine Arts di Anversa come parte di un progetto di ricerca più grande chiamato “Semantic Depot”. La piattaforma funziona come un aggregatore di oggetti digitali provenienti dai diversi archivi coinvolti (biblioteca, museo, collezioni, lavori degli studenti), ecc. mettendoli in relazione e evidenziando le connessioni tra diversi ambiti creativi.

Il sistema è accessibile in remoto e in prossimità del museo stesso, funzionando come approfondimento e personalizzazione della visita.

Open Fashion mette in comunicazione i diversi livelli che compongono la complessità del sistema moda mentre aumenta esponenzialmente la raggiungibilità dell’heritage del museo.

Il modello del Momu è stato adottato, in scala più grande dal progetto “Europeana Fashion”, cofinanziato dalla Commissione europea. Qui l’heritage esce dai confini locali e nazionali ed è portato a scala europea: il progetto, nato nel 2012, si occupa di creare un deposito di contenuti digitali legati alla moda, includendo materiali provenienti da archivi sia pubblici che privati, oltre che di musei europei.

I materiali presenti sono i più disparati, abiti e accessori, design contemporaneo, foto di sfilate, disegni, schizzi, riviste, cataloghi e video. Attualmente il portale raccoglie materiale condiviso da 40 istituzioni provenienti da 30 Paesi, includendo sia musei tematici di moda, sia collezioni di moda all’interno di musei tradizionali, sia archivi d’azienda, come l’archivio Missoni, ma anche istituzioni culturali che raccolgono e preservano collezioni private.

Questa traduzione in digitale su grande scala porta anche alla necessità di trovare nuove forme di organizzazione del materiale.

Marta Franceschini, che ha partecipato attivamente al progetto, registra come uno dei problemi principali sia stato riconfigurare questi materiali in forma accessibile anche ai non specialisti. L’eterogeneità dei materiali, infatti, ha presentato problemi soprattutto riguardo alla loro classificazione: differenti tassonomie preesistenti che andavano unificate. Il problema è stato risolto con un thesaurus di moda: uno strumento che può raccogliere tutte le richieste in gerarchie controllate e strutturate, includendo sinonimi e contrari, che formano una struttura ad albero con rami per ogni parola chiave o argomento. Questo sistema risulta particolarmente funzionale in quanto è facilmente aggiornabile ed espandibile a seconda delle necessità.

La questione dell’organizzazione e della concreta possibilità di accedere ai materiali diventa ancora più necessaria quando il progetto (e il pubblico potenziale di utenti) si espande ancora di più: dal 2016 il progetto è migrato sull’infrastruttura europea.eu, come parte delle Europeana Collection, “un portale specificatamente progettato e sviluppato per supportare la creazione di collezioni tematiche e il lavoro curatoriale ed editoriale”.¹⁹¹

Le collezioni tematiche sono sub-portali raggiungibili attraverso la piattaforma principale. Sono organizzate a seconda della tipologia di oggetti, della loro provenienza, le loro biografie e le storie di cui essi sono le memorie materiali. L’ampiezza della piattaforma permette agli utenti di raggiungere un numero incredibile di oggetti e di metterli in relazione con altri ambiti disciplinari: “a partire dalla moda, gli utenti possono creare connessione e tracciare traiettorie interessanti nelle loro ricerche”.¹⁹²

Il digitale ha anche il vantaggio di riuscire a mettere in connessione gli archivi pubblici e le collezioni private, solitamente non accessibili al pubblico. Un caso interessante in questa direzione è il progetto commissionato dal governo italiano nel 2008 e curato da studenti e ricercatori dell’università di Bologna, di un archivio digitale della moda del Ventesimo secolo. L’idea era di creare un portale di documentazione di moda storica e contemporanea, dove si potessero raccogliere e consultare i materiali già presenti in archivio con quelli di aziende in attività e collezioni private, specie nell’area di Rimini.¹⁹³

¹⁹¹ Ivi, p. 77.

¹⁹² Ivi, p. 79.

¹⁹³ Cfr. R.M Andrade, A.K. Cunha, M. Novaes, G.O. Penna, “Fashion and cultural heritage in Perspective: 1st seminar on history and Historiography of Fashion and dress, in AlmaTourism N.7, 2013.

L’eccezionalità di questa operazione sta nel fatto che gli archivi (digitali e non) di un’azienda, spesso rispondono a logiche differenti di quelli pubblici.

La digitalizzazione dei materiali di una casa di moda, infatti, entrano a pieno diritto a far parte delle strategie aziendali di brand heritage e si configurano in modalità diverse a seconda del progetto comunicativo dell’azienda.

Nel caso di Armani, ad esempio, l’archivio digitale è strettamente pensato per essere inscindibile dal materiale fisico.

Nato come emanazione di Armani/Silos, uno spazio espositivo che mostra una selezione delle creazioni del designer dal 1980 al 2015, divise per temi che identificano e caratterizzano lo “stile” Armani, l’archivio digitale raccoglie tutti gli outfit del museo, ma anche una serie di look delle collezioni Armani Privé che erano state mostrate in occasione dell’inaugurazione dello spazio. I file contengono informazioni visive e testuali. Ogni capo è presentato con tre immagini che lo mostrano di fronte, da dietro, di lato) ed è accompagnato dalla spiegazione della sua realizzazione tecnica. Inoltre, il file offre anche riferimenti sulle ispirazioni concettuali e visive che hanno caratterizzato ogni capo.

L’archivio digitale di Armani non è pensato per essere navigato da solo: esiste e funziona solo in associazione all’esposizione dei capi reali.

Armani ha voluto tenere uno stretto rapporto con l’esposizione di capi nello spazio fisico del Silos: sono quelli il cuore dell’archivio digitale. Se i capi in mostra sono esposti e sono esperiti nella loro materialità, l’archivio digitale funziona come connettore di tutto ciò che concerne l’immaterialità, presentandone la costellazione relativa al valore culturale e comunicativo.

La ricchezza dell’archivio digitale sta nella rete di connessioni che crea tra gli oggetti reali e i materiali ad essi legati, prodotti nel corso degli anni per promuovere, pubblicizzare e narrare il brand e la sua identità. L’archivio permette ai visitatori di partire dai look e poi di estendere la loro ricerca, per scoprire le campagne pubblicitarie nei quali i look sono apparsi, i video che li hanno utilizzati, le celebrità che li hanno indossati, e, in alcuni casi, lo schizzo originale che l’ha originato.¹⁹⁴

Diametralmente opposta la visione di un altro designer. Il Valentino Virtual Museum interpreta l’archivio digitale come “Museo” a tutti gli effetti, totalmente svincolato dallo spazio fisico. Anche in questo caso, il progetto di un museo parte anche dall’allestimento di una mostra: *Valentino: Themes and Variations*, curata da Pamela Goblin per il Musée des Arts décoratifs di Parigi nel 2008¹⁹⁵, che ha esposto diversi materiali di archivio analizzandoli sotto diversi punti di vista. Il grande successo dell’evento ha portato la Maison a lavorare alla creazione di un Museo Valentino, su modello di quello di Yves Saint Laurent. A differenza di quest’ultimo, però, non si tratta di un museo fisico, ma interamente virtuale: una mostra “free desktop”, sotto forma di app.¹⁹⁶

La scelta nasce dalla volontà del fondatore di mostrare i pezzi nella loro complessità semantica. In questo senso il digitale permette di coprire uno spettro molto più ampio di informazioni, senza il rischio di danneggiare il materiale originale o di avere limitazioni finanziarie o economiche.

Lo spazio fisico esiste solo come evocazione. La mostra virtuale è strutturata come una mostra fisica: la collezione è “allestita” in sette gallerie animate, in uno spazio bianco; i capi sono “collocati” su manichini su un piedistallo. La vista dei capi può essere zoomata per entrare nel dettaglio e attivata per la visione a 360°, con rendering in tempo reale.

¹⁹⁴ Ivi, p. 80.

¹⁹⁵ La mostra è stata poi riproposta a alla Gallery of Modern Art di Brisbane, Australia, con il titolo *Valentino Retrospective . Past, Present and Future*, nel 2010.

¹⁹⁶ Robyn Healy, op. cit. pp. 338-339.

Ma soprattutto, il Virtual Museum sfrutta il potenziale di arricchire l'oggetto che il digitale permette: alcuni capi sono connessi con altre attività legate al capo stesso, interviste, video di mostre passate, incursioni nella pratica progettuale, ecc. e si accede a una biblioteca virtuale con circa 5000 immagini: abiti, foto, disegni, e video di sfilate.

Nel commentare questa operazione, Valentino stesso riassume tutti i temi incontrati fino ad ora:

Lo vedo come parte della mia eredità. Sono felice che che migliaia di studenti, giovani designer e appassionati di moda possano vedere e studiare il mio lavoro in ogni suo aspetto e in una maniera facile e accessibile per le giovani generazioni. Ma è anche importante ricordare le cose del passato, rivedere la moda che ha dato forma alle nostre vite. La chiamerei memoria futura.¹⁹⁷

2.4 Gli archivi fotografici di moda e la costruzione delle immagini e degli immaginari per il design della moda

La fotografia di moda non è necessariamente per le persone che vogliono vedere come sono realmente i vestiti, ad esempio i fashion buyer dei grandi negozi o i loro clienti ... La rappresentazione dei vestiti non offre esattamente lo stesso punto di identificazione con i vestiti che ha la passerella, oppure con l'esposizione su un manichino o una modella in studio. Piuttosto, la maggior parte della fotografia di moda ci trasporta in un mondo di libere fantasie che posizionano la moda e il corpo in contesti discorsivi.¹⁹⁸

Abbiamo visto come la componente immateriale della moda sia altrettanto importante di quella materiale. Questo si esplicita soprattutto nella piega spettacolare che la moda ha preso da un certo punto in poi, dagli anni Novanta del Novecento, principalmente. Caroline Evans, infatti, sottolinea come proprio in quel periodo, grazie ai fashion show, avviene il cambio di statuto della moda: da oggetto a immagine.¹⁹⁹

Ma il rapporto di interdipendenza tra moda e immagine fotografica procede in parallelo da molto prima, da quando la modernità ha legato lo sviluppo dell'economia alla dimensione del consumo di massa. Già Worth, il primo couturier riconosciuto dalla storia, aveva ben chiaro come fosse fondamentale che i suoi capi ricevessero un'adeguata copertura sulla stampa di allora, per costruire il proprio mito di esclusività.

Thomas Condé Nast è stato tra i primi editori a intuire che la fotografia avrebbe dovuto rimpiazzare le illustrazioni, per accrescere il proprio potenziale comunicativo, svincolandosi dal riferimento all'arte decorativa per diventare un linguaggio autonomo.²⁰⁰

Originariamente la fotografia era stata privilegiata per via del suo carattere documentario, capace quindi di registrare la "verità".

Ma, esattamente come avvenuto in altri ambiti culturali, ben presto la fotografia si dimostra essere ben altro che un uno strumento neutrale di registrazione della realtà, facendo irruzione nel mondo della rappresentazione in modalità inedite.

Se ne accorse subito Walter Benjamin: in *L'opera d'arte ai tempi della sua riproducibilità tecnica* lo studioso analizza come l'invenzione della fotografia stravolga il ruolo che l'arte aveva sempre avuto fino a quel momento, e di come la logica di riproduzione meccanica, privando l'oggetto artistico della sua unicità, costringa l'arte a cercare alternative alla propria "aura" perduta.

Se in campo artistico la fotografia ha di fatto ribaltato i termini estetici della questione, nel campo della moda il rapporto è più sottile. Prima della fotografia, e della modernità, la moda non era ancora esattamente "moda". È stata, in un certo senso, la fotografia stessa a rivelare e a far esplodere le possibilità connesse al vestire. La fotografia di moda ha quindi intercettato, svelato ed esaltato alcune dinamiche insite nella moda stessa, che l'aspetto oggettuale non può cogliere in pieno: "la moda vive dentro la fotografia".²⁰¹

Come afferma Philippe Garner, infatti:

La moda è un medium elusivo. Un'area di creatività in flusso costante, il cambiamento è la sua vera essenza. Quindi la grande fotografia di moda - immagini che riescono non solo a catturare gli elementi specifici dei capi e degli stili, ma a immortalare sfumature evocative di gesto, attitudini e contesto - offrono un'eredità tangibile di questa forma di espressione fluida.²⁰²

¹⁸⁷ Ivi, p. 339.

¹⁹⁸ Paul Jabling, *Fashion Spreads. Word and image in fashion Photography since 1980*, Oxford-New York, Berg, 1999, p. 2.

¹⁹⁹ Caroline Evans, "A shop of images and signs", in *Fashion as photograph. Viewing and reviewing images of fashion*, Eugénie Shinkle (ed.), I.B Tauris, London-New York, 2008, p.19.

²⁰⁰ Si veda l'introduzione di Eugénie Shinkle in *Fashion as Photograph*, op. cit. pp. 1-13.

²⁰¹ Claudio Marra, "La moda della fotografia" in, *Lo sguardo italiano. Fotografie italiane di moda dal 1951 a oggi* Milano, Charta 2005, catalogo della mostra (Rotonda di via Besana, Milano, 25 febbraio-20 marzo 2005), p. 83.

²⁰² Philippe Garner, "The celebration of the fashion Image: Photograph as market commodity and research tool", in *Fashion as Photograph*, op. cit. p. 46.

Nella fotografia è l'aspetto performativo legato alla moda quello dominante. Che viene però, congelato in un'immagine. La fotografia ha la capacità di fermare in un istante iconico il flusso in costante movimento della moda, ma anche, contemporaneamente, suggerire un immaginario. Offrire un "traccia" concreta a un mondo evocato, trasformando il transitorio in stabile, in memoria.

In questo senso la fotografia ricalca perfettamente la logica dell'archivio.

La fotografia infatti è una traccia, nel senso più letterale del termine. Almeno nella sua versione analogica, tecnicamente una foto è l'impronta che la luce lascia sulla pellicola. Un processo chimico. Questa sua matrice originaria ha saldato la fotografia a un'idea di verità. Prima della manipolazione dell'immagine, prima dei fotomontaggi, la fotografia è sinonimo di "reale".

Nonostante molte cose siano cambiate dai tempi del dagherrotipo, la fotografia vive ancora di rendita sulla sua aura di realtà. Immortala qualcosa che è successo. Ma ciò non vuol dire, ovviamente, che si tratta di una registrazione passiva. Come suggerisce il suffisso "grafia", infatti, la fotografia è una forma di scrittura. E, in quanto tale, racconta storie. Non si limita a registrare la realtà, la crea.

La fotografia di moda si muove esattamente in questo interstizio di realtà: registrando cose che esistono perché sono state predisposte per essere fotografate. Allo stesso tempo, però il loro coefficiente archetipico di credibilità le rende particolarmente efficaci. C'è un tacito accordo tra chi scatta e chi guarda la foto: credere all'immagine pur sapendo che è falsa.

La parola immagine ha essenzialmente due significati. Il primo riguarda la componente visiva, come un quadro di realtà (che può anche mentire, però, vedi la caverna di Platone). La seconda declinazione di immagine riguarda invece l'identità: identità personale e identità del brand, dove identità personale significa carattere unico di ognuno, mentre identità del brand è l'immagine e l'essenza percepita del brand. Questa è una caratteristica della post-modernità come aveva già sottolineato Baudrillard: il bene è stato sostituito dal segno, l'oggetto dalla sua immagine, la realtà dal simulacro.

La fotografia di moda lavora su entrambi i sensi connessi all'immagine.

Secondo Chris Von Wangenheim "la fotografia di moda è un modo per vendere vestiti. Il modo per vendere vestiti e tutto quello connesso è di farlo attraverso la seduzione".²⁰³

La fotografia di moda è usata per creare una somiglianza o un quadro, che è utilizzato per costruire un'immagine (nel senso di identità e del significato del brand). Questa immagine è usata per vendere vestiti. Per farlo deve essere seducente... È a questo che Barthes si riferisce quando definisce la fotografia di moda come "retorica".²⁰⁴

Nel suo cogliere la dimensione performativa e poetica della moda, la fotografia la riconfigura anche come arte visiva, facendo prevalere il senso della vista su tutti gli altri. Questa predominanza del fattore visivo, però è solo apparente, perché si crea un meccanismo di richiamo affettivo che di fatto coinvolge anche altri sensi:

Così come abito e moda sono pratiche corporee situate, così è la percezione dell'immagine. L'atto di percepire un'immagine coinvolge risposte affettive da parte dell'osservatore, la maggior parte delle quali involontarie. Le risposte affettive sono rappresentazioni "esperenziali" del significato personale alle situazioni.²⁰⁵

²⁰³ "Fashion and (the) image, in Malcom Barnard (ed.), *Fashion Theory. A reader*, London-New York, Routledge, 2007, p. 512.

²⁰⁴ Ibid.

²⁰⁵ Eugénie Shinkle, "The line between the way and the floor: reality and affect in contemporary Fashion photography", in *Fashion as Photograph*, op. cit. p. 215.

La fotografia di moda rientra a tutti gli effetti nella cultura della bidimensionalità profonda, in cui la superficie non cela una profondità ma è una soglia che permette di accedere ad altro.²⁰⁶ È proprio in questa superficie profonda che la fotografia di moda riesce a esercitare il suo potere di seduzione, costruendo lo storytelling per un brand, "traducendolo in concetto", come afferma il fotografo Vincent Peters.²⁰⁷

Spesso, quando un cliente viene da te, ha un prodotto e un'identità di brand, ma non sono certi di come combinare le due cose. Il tuo lavoro è di rendere possibile quella transizione: creare un'immagine che porti il brand in vita. ...A volte il cliente ha una idea ragionevole di quello che farai, ma nella mia esperienza, amano essere sorpresi. Questo significa che il fotografo ha un'enorme influenza sul processo di brandizzazione.²⁰⁸

Val Williams rileva come proprio questa vicinanza al brand ha per lungo tempo rinchiuso la fotografia di moda dentro i confini del commerciale, escludendola dai circuiti del mondo dell'arte.

Eppure la fotografia di moda non si limita a documentare la moda finita, ma è parte integrante del suo stessa ricerca creativa. È uno sguardo sul mondo, con cui la fotografia riassume moda stile e carattere del proprio tempo.

Già a cavallo tra gli anni '70 e gli anni '80 fotografi come Guy Bourdin o come Helmut Newton portano alla ribalta questa consapevolezza, introducendo nelle loro fotografie elementi che esasperano la dimensione dell'artificialità della costruzione dell'immagine.

E nel 1985 Roy Strong, allora direttore del V&A, nel suo testo di apertura al catalogo della mostra *Shots of style: Great Fashion Photographs chosen by David Bailey*, registra questa caratteristica "autoriale" della fotografia di moda:

I più influenti produttori di immagini dell'ultimo decennio hanno sfidato attivamente lo scopo percepito delle narrative e estetiche che possono essere giocate nella fotografia di moda. Hanno assicurato la continua capacità delle immagini di moda di sedurci e di eccitarci attraverso il loro coinvolgimento con le nostre fantasie collettive e la vita contemporanea. In questa maniera, il concetto di fotografia di moda come documento o un by-product della moda non potrebbe essere più inadeguato a descrivere la creatività e il significato che questa sfera della cultura visuale incarna.²⁰⁹

La fotografia di moda infatti va ben oltre l'abito. Inserisce l'abito e il corpo in contesti narrativi e discorsivi, e spesso, non ha quasi nulla a che vedere con i vestiti, o meglio i vestiti (o la loro assenza) diventano solo un pretesto per la rappresentazione di altre temi contemporanei. Soprattutto nel caso di grandi fotografi, la fotografia di moda va oltre la funzione "operativa" di comunicare un prodotto, entrando in cortocircuito con il punto di vista del fotografo.

In un incontro tenuto allo Iuav a Treviso, nel 2012, Manuela Pavesi racconta la sua esperienza eclettica di attraversamento del mondo della moda sotto varie forme.

Ha collaborato sotto varie vesti con fotografi importanti, e a un certo punto è diventata fotografa lei stessa.

²⁰⁶ Cfr Exhibit!, op. cit. p. 84.

²⁰⁷ cit. in Mark Tungate, *Fashion Brands. Branding style from Armani to Zara*, Kogan Page, London- Philadelphia, 2008, p. 105.

²⁰⁸ Ibid.

²⁰⁹ Ivi, p. 213.

Tra le altre cose racconta al pubblico un aneddoto con Helmut Newton, riguardo a un servizio fotografico sulle pellicce:

[...] Stavo preparando una serie di servizi di pellicce, e Newton, a Newton piacevano molto le pellicce, perché intanto aveva tantissima libertà di interpretazione, poi storicamente una donna con la pelliccia è una donna forte, borghese, sexy e a Newton piacevano, e questo lo sappiamo, questo tipo di forza e di potenza con anche il punto di vero estremista quale Newton era, per cui volevo tantissimo fare un servizio con lui. ... Per fare la prima della classe, invece che mandare delle referenze, ho chiesto a una grande che lavorava a Vogue se mi faceva dei disegni con queste forme di pellicce ... i disegni sono partiti, ma erano talmente ben fatti che erano diventati vagamente troppo carini, *cute*, ... per cui l'ho chiamato e mia ha detto: "Mademoiselle, le cose *cute* non mi piacciono per niente per cui questo servizio non lo faccio". Allora sono rimasta malissimo e dopo un po' l'ho richiamato dicendogli che c'era stato un equivoco che neanche a me le cose *cute* non sono mai piaciute e a quel punto mi ha detto: "benissimo, allora il servizio lo posso fare però io voglio fare o foto con i miei libri o foto di donne nude" E se mi chiedi di fare una foto con una modella nuda io non ho nessunissimo problema.²¹⁰

L'episodio raccontato da Manuela Pavesi, oltre a dirci dell' "estremismo" di Newton, ci avvicina anche alla complessità della costruzione di un immaginario. Il fotografo, infatti, per quanto sia frequentemente l'unico autore accreditato, non è il solo responsabile della costruzione di immagini.

A parte le modelle, che spesso diventano più iconiche della foto stessa, è particolarmente interessante per il nostro discorso sugli archivi la figura dello *stylist*.

Quasi mai accreditato ufficialmente, è entrato solo recentemente nel discorso sulla moda.

Tasmin Blanchard, in un articolo sull'*Observer* nel 2002, riassume così la posizione degli *stylist*:

una di quelle vaghe descrizioni di un lavoro che nessuno realmente comprende cosa sia. Le riviste di moda sono guidate da loro, le celebrities e pop star contano su di loro, serie televisive come Sex and the City li includono nella produzione, ma cosa fanno esattamente tutto il giorno? Fanno shopping?²¹¹

Lo *stylist* è una figura visionaria che lavora in parallelo con il fotografo e con il designer per le sfilate, occupa una posizione d'ombra nel processo creativo di uno shooting fotografico, pur avendo una funzione fondamentale. Il suo ruolo varia a seconda di un certo numero di fattori: il tipo di pubblicazione, la gerarchia editoriale, il fotografo, l'inquadratura dello *stylist* (se free lance o parte del team editoriale).

Lo *stylist* è un traduttore, un mediatore teorico e pratico tra la figura del designer e quella del fotografo. Conosce la grammatica di entrambi gli ambiti e funge da figura di trasporto dal mondo della creazione materiale a quella dell'immateriale. È lui, forse, la figura che meglio rappresenta la complessità della moda.

Lo *stylist* lavora con oggetti preesistenti, li raccoglie, li interpeta e li combina. È un *bricoleur*, nel senso in cui lo intendeva Levi Strauss. Il bricolage è quella struttura ordinativa propria del "pensiero selvaggio": una scienza del concreto, basata su proprietà sensibili e analogiche, sui caratteri comuni e le relazioni, invece che sull'analisi e le proprietà specifiche.

Il *bricoleur* non si interessa tanto dell'impiego predeterminato di un oggetto, quello per cui un oggetto è stato pensato, progettato, costruito, quanto piuttosto delle relazioni e possibilità concrete e virtuali che l'oggetto possiede: "i significati si trasformano i significanti e viceversa".²¹²

210 "In conversazione con Manuela Pavesi", Special lecture di Manuela Pavesi, in conversazione con Maria Luisa Frisa, Mario Lupano, Gabriele Monti, organizzata dai corsi di laurea in moda dell'Università Luav di Venezia, sede di via Achille Papa 1, data 21 maggio 2012, ore 11:00

211 T. Blanchard, *The Style Council*, "The Observer", 17 novembre 2002.

212 cfr. Gezioli, op. cit., pp 49-50.

L'archivio fotografico di un'azienda di moda è fondamentale. Le fotografie raccontano la storia visuale del brand, mettendo insieme immagini fatte da fotografi diversi, con estetiche diverse e che rispondevano a esigenze diverse.

La sezione fotografica dell'archivio è quella che permette di lavorare sulla contestualizzazione del prodotto. Sulle modalità con cui è stato presentato il pubblico, sugli immaginari che ha evocato, sulle *celebrities* che hanno indossato l'abito, ma anche su quello che è al di fuori dell'ambito della rappresentazione. Ugualmente importanti sono anche foto di servizio, quelle che documentano il backstage di una sfilata, la preparazione, le fasi di avanzamento di un progetto. Queste fotografie hanno il potere di andare oltre le loro intenzioni originarie testimoniando momenti della vita dell'azienda che solitamente restano fuori dalla grande narrazione dell'azienda e della storia della moda.

Un ottimo esempio di queste possibilità comunicative involontarie della fotografia ce lo offre l'archivio Worth custodito al V&A Museum a Londra. Questo materiale, inizialmente nato sotto forma di 33 contenitori di 5 tonnellate contenenti circa 23.000 pezzi acquisito dal V&A nel 1956, dopo il fallimento della couture house, ha iniziato a essere archiviato nel 1982, per poi essere studiato per tre anni da due storiche della moda, Amy de la Haye e Valerie D. Mendes, che hanno pubblicato i risultati della loro ricerca in un volume seminale per la storia e per la storiografia della moda, *The House of Worth: Portrait of an Archive*.²¹³ Le autrici si sono focalizzate sull'archivio fotografico, reinserendo la narrazione di Worth in un contesto più ampio: "la storia della moda, così come ogni storia, è contestabile".²¹⁴ Dal lavoro di ricerca è emerso che, per esempio, il successo di Worth stava nella qualità della sua produzione, ma anche nella abilità con cui la Maison gestiva pratiche commerciali e promozionali. L'archivio fotografico ci racconta come funzionava l'atelier, ma anche il rapporto con le clienti, celebri e non, e le condizioni di lavoro dei dipendenti, di cui emerge soprattutto la fisicità del lavoro di atelier.

Eppure, nonostante questo enorme potenziale, la sezione fotografica è spesso quello più trascurata nelle pratiche d'archivio, come ci ricorda Maria Luisa Frisa, col risultato che molto materiale è perduto:

La fotografia di moda è fatta per essere consumata velocemente. I suoi supporti sono i giornali, le riviste, gli spazi pubblicitari nelle città e nei luoghi di transito. Può durare un giorno, una settimana, al massimo una stagione. Poi scade. Per suo statuto deve seguire i ritmi della moda. Così è successo che molto spesso nessuno, neppure il fotografo, si sia preoccupato di conservare gli scatti fatti per le riviste o per gli stilisti.²¹⁵

213 Cfr. M.F. Gormally, "The House of Worth: Portrait of an Archive", in *Fashion Theory*, 21:1, 2017, pp. 109-126 DOI: 10.1080/1362704x.2016.1179400.

214 Ivi, p. 112.

215 Maria Luisa Frisa, "Fashion Eyes", in *Lo sguardo italiano*, op. cit. p. 15.

2.5 Strategie aziendali di Brand Heritage

L'heritage è una ricostruzione a posteriori che viene declinata in maniera diversa a seconda del soggetto e dell'oggetto dell'heritage stesso: così come è funzionale all'idea di patrimonio collettivo, l'heritage può tranquillamente essere inteso come patrimonio aziendale. I brand sono sempre più consapevoli del potenziale di questo orizzonte e sempre di più inglobano l'heritage nelle loro strategie aziendali, sia di marketing che di produzione.

L'heritage, infatti, attribuisce consistenza “materiale” al concetto scivoloso ed effimero di identità. È un processo che è affine a quello storico: si basa sul riconoscimento di un linea di appartenenza e continuità: “l'heritage fornisce significato all'esistenza umana affermando l'esistenza di valori eterni e una linea continua che afferma l'identità”.²¹⁶

Il processo vale anche in senso inverso, però.

L'heritage, infatti, ha anche -forse principalmente- un valore economico. Ed è interesse delle aziende svilupparlo. Il marketing, infatti, utilizza la logica dell'heritage per individuare i tratti costitutivi del brand, per caratterizzarlo e renderlo distinguibile e desiderabile per il consumatore.

I brand usano l'heritage principalmente in due direzioni che corrispondono alle diverse anime dell'archivio: da un lato, un uso interno alla filiera, recuperando pezzi iconici per citazioni, ispirazioni, riedizioni; dall'altro proiettando il patrimonio verso l'esterno, in un'ottica di promozione e narrazione. È questo il caso, ad esempio, della creazione di musei, dei prestiti per mostre, della creazione di archivi e database digitali, e con prestiti a celebrities che indosseranno i pezzi sul red carpet.

Alcune collezioni sono state musealizzate come parte di strategia aziendale di *corporate image* (Ferragamo, Gucci, Saint Laurent, Valentino), o passioni personali (Zandra Rhodes's Fashion and Textile Museum a Londra).

Ma l'archivio di impresa riguarda anche la dimensione immateriale della moda. Esso infatti permette anche di rivelare ciò che c'è dietro alla costruzione dell'immaginario relativo al brand, ciò che cambia e ciò che resta con l'avvicinarsi di diversi designer. Come il brand si riconfigura negli anni pur mantenendo la propria identità. L'archivio-museo d'impresa rappresenta soprattutto il DNA del brand, ed è, come sottolinea Mario Lupano, frutto a sua volta di un progetto di autorappresentazione:

(negli) archivi-musei d'impresa, [...] il cortocircuito tra conservazione e remix documentario è assolutamente perturbante. Gli archivi d'impresa spesso sono essi stessi risultati di un progetto, quando sono costruiti e modellati a posteriori per scrivere una storia imprenditoriale, quando alimentano lo storytelling che orienta le azioni dell'impresa.²¹⁷

Questo uso del museo in chiave di heritage aziendale sono ben riassunte da Marco Montemaggi che afferma come il museo aziendale dovrebbe rispondere a quattro esigenze principali: funzione display, funzione storica istituzionale, funzione digestiva, funzione identificativa.²¹⁸ La funzione display è quella che porta all'esterno la rappresentazione dell'impresa, oltre che di rafforzare l'immagine *corporate* dei suoi appartenenti. La funzione storica, invece, interviene in senso più profondo, e ha il ruolo di fissare le radici storiche su cui l'azienda si colloca. Storia del prodotto, del fondatore, del territorio, della famiglia, o dell'intrecciarsi di queste cose. Questo tipo di museo ha anche un'importante funzione formativa e informativa per chi vive dentro l'impresa.

²¹⁶ cit. in L. Smith, op. cit. p. 48.

²¹⁷ Lupano, op. cit. p. 5.

²¹⁸ Cfr. Marco Montemaggi, Fabio Severino, *Heritage Marketing. La storia dell'impresa italiana come vantaggio competitivo*, Milano, FrancoAngeli p. 113.

La funzione digestiva è quella che è più inerente al senso di archivio generativo come lo abbiamo inteso finora: l'operazione di scavo, selezione, catalogazione, digitalizzazione, ha anche delle ricadute operative interne all'azienda, permettendo di avere a disposizione materiale reso nuovamente “nuovo” sul quale innescare dinamiche progettuali e comunicative. La quarta funzione, quella identificativa, è quella che connette l'azienda con il territorio circostante, mettendola in relazione con istituzioni culturali e rendendola parte di un heritage collettivo.

Affinchè l'applicazione di questo heritage funzioni attivamente in termini di brand marketing, però, è necessario che sia affiancato a una narrazione che metta in relazione coerente il passato e il futuro. È proprio in questo “ancoramento” che l'archivio, con la sua sedimentazione autenticata di materiali che sono stati resi traccia e documento che presentificano un assenza gioca un ruolo cruciale, quello di riportare in vita il passato.

A questo riguardo, un articolo pubblicato sull'*International Business Research*²¹⁹ analizza la questione applicandola ai casi dei brand di moda.

Gli autori, nel sottolineare l'importanza del rapporto tra heritage e narrazione, definiscono quest'ultima come “mitopoiesi”:

La mitopoiesi è la creazione di un mito: un simbolo emblematico caratterizzato da una narrativa ricca di senso e di valori simbolici, che è capace di ordinare e orientare la generazione di senso ... In mitopoiesi, la generazione di senso nel tempo presente trova fondamento nel passato e guarda al futuro. La mitopoiesi non è limitata a catturare i miti passati, ma, allo stesso tempo, reinterpreta il mito nel contesto presente e nutre la narrativa del passato con lo scopo di influenzare il futuro.²²⁰

Il Brand ha molto in comune con il mito: condivide con esso diversi elementi come l'identità, simbolismo, differenziazione e valore esperienziale.

Secondo Levi Strauss, Il mito nasce dalla necessità di una società di trovare prospettive che guidino il senso della vita umana. Il mito organizza un'idea di continuità, formalizzando il passato e legittimando l'idea di futuro, offrendo agli uomini un posto sicuro nel mondo della battaglia per la sopravvivenza.

I brand di moda (e non solo), mutano questo meccanismo del mito in chiave contemporanea: il brand rappresenta per il consumatore una forma di identificazione e incarna un certo stile di essere e di vivere attraverso i vestiti. Il brand rappresenta anche un'appartenenza sociale, e il mito è una rappresentazione collettiva delle origini sociali che risultano in un'azione sociale, il risultato di un pensiero collettivo che diventa credenza collettiva.

Il brand, come il mito, è un contenitore di valori, prospettive e significati che rappresentano un certo stile di vita per la gente comune.

In questo senso, la mitopoiesi, interviene come “creazione e perpetrazione di significato profondo attraverso la narrativa”, secondo la definizione di John F. Sherry.²²¹

Affinchè la mitopoiesi sia efficace è che fondamentale che costruisca una relazione tra passato, presente e futuro. L'ancoramento al passato non deve essere nostalgia, ma serve per creare un senso al futuro, deve avere quindi una capacità di rigenerarsi continuamente.

L'Heritage marketing lavora esattamente in questa direzione: definire strategie per aumentare il valore simbolico del brand e comunicarlo in maniera efficace.

La moda, più di altri settori, risponde a questi bisogni simbolici, proprio per via della sua forte componente immateriale e per il suo forte rapporto con l'idea di identità personale e collettiva.

È importante connettersi con un codice che le persone possano riconoscere e riconnetterlo all'anima del brand.

²¹⁹ Andrea Boccardi, Cristiano Ciappei, Lamberto Zollo, Maria Carmen Laudano, “The Role of Heritage and Authenticity in the Value Creation of Fashion Brand”, in *International Business Research*, vol. 9, No. 7, 2016, pp. 135-143.

²²⁰ Ivi, p. 135.

²²¹ Ivi, p. 136.

La storia di un brand, infatti, è data da prodotti e concetti. Le strategie di heritage marketing declinano questa tensione tra storia, presente e futuro del brand in vari modi: creazione e valorizzazione di archivi e musei, organizzazione di eventi celebrativi del passato, realizzazione di modelli che si ispirano al passato.

Appare chiaro, però, che, qualunque sia la strategia di brand heritage adottata, l'archivio riveste sempre un ruolo fondamentale, fornendo una base concreta alla mitopoiesi, rendendola autentica e coerente.

Come repertorio da utilizzare concretamente, come prova concreta dell'attività dell'azienda, come strumento di conoscenza e promozione dell'identità aziendale; ma anche per la caratteristica dell'archivio di essere sempre vivo e di testimoniare, oltre alla storia, un cambiamento. Il rinnovamento è basilare nel concetto di mitopoiesi. Il rinnovamento è anche implicito nell'idea di archivio. È lo stesso concetto di rinnovamento è fondativo anche nella moda. L'analisi dell'archivio può rivelare tratti inattesi tenuti sottotraccia, può svelare ispirazioni dimenticate che appaiono quindi nuove, può offrire ai designer ispirazione per rinnovare nel solco della tradizione del brand.

Inoltre, proprio per la sua natura variegata e non gerarchica, per la sua predisposizione all'ars combinatoria, l'archivio permette, più che un museo, di rispondere all'elasticità richiesta per offrire la mitologia dinamica che la moda richiede.

La mitopoiesi nel mondo della moda si esprime in vari modi, con cui i brand costituiscono quest'aura di "magia".

Secondo Yuli Bai le strategie di storytelling del brand heritage nella moda ruotano attorno a 4 aspetti principali: i fondatori, eventi storici e attività, oggetti iconici, e associazione con il mondo dell'arte.²²²

In primo luogo, specie per i marchi storici del luxury, si può procedere alla costruzione di una mitologia del fondatore. Esattamente come i miti di fondazione, le grandi aziende di moda, che siano ancora dirette o no dal proprio fondatore, hanno bisogno di monumentalizzare l'immagine del fondatore, quello che ha dato il nome al marchio, creando una continuità con l'attuale designer.

È il caso soprattutto di figure carismatiche come Dior o Chanel, che sono spesso rappresentati come figure mitiche, quasi "predestinati". Prada, invece, ha istituito una Fondazione che valorizza l'arte contemporanea.

I brand si stanno rendendo sempre più conto di quanto l'attenzione al proprio patrimonio storico sia uno strumento di promozione e affermazione dell'impresa.

Negli ultimi dieci anni, gli uffici comunicazione o pubbliche relazioni aziendali, stanno sempre più utilizzando immagini, video, marchi, layout, caratteri, grafica, appartenenti alla storia dell'impresa, alla cultura heritage. Sia che si tratti della scelta di una vecchia immagine pubblicitaria da affiancare ad un prodotto, a una grafica moderna, o piuttosto a uno stand fieristico, sono numerosi gli esempi che vano in questa direzione. Non mancano casi in cui dei nuovi prodotti vengano presentati in un'estetica totalmente d'epoca.²²³

Il ricorso all'heritage, ossia l'ancorare il marchio e i prodotti a un'eredità storica, un patrimonio collettivo, risulta una strategia fondamentale per enfatizzare quella parte di verità del prodotto che lo sedimenta nella società.

In questa pratica, ovviamente, il passato non viene preso così com'è. È il risultato di una reinterpretazione secondo l'ottica presente, secondo quelli che sono i bisogni aziendali. Nel racconto il passato viene utilizzato secondo le necessità, filtrato a seconda delle strategie necessarie al tempo in cui viene prodotto, o anche creato ex novo, e avere applicazione in diversi settori della comunicazione: il sito, il materiale cartaceo, alle visiting card, alla colorazione dello stabilimento e degli uffici, al packaging e all'abbigliamento del personale. Ma, aldilà della comunicazione, l'heritage applicato al brand costituisce anche un patrimonio direttamente spendibile in termini di prodotti, sia lanciando linee denominate specificatamente "heritage" che ripropongono capi iconici, sia per la creazione di nuovi prodotti direttamente ispirati a quelli storici.

È il caso di Ferragamo, ad esempio, che con la linea *Ferragamo's creations* ha riprodotto numerosi modelli di scarpe del capostipite, con particolare rilevanza a due modelli: quello creato per Marilyn Monroe per il film "A qualcuno piace caldo", ed uno inventato dal patriarca dell'azienda nel 1947 da Ava Gardner. Per rivendere questi prodotti si è evocato il mondo glamour in cui sono stati concepiti la prima volta. Questo rende evidente l'importanza dei materiali conservati in archivio, che testimoniano tutte le fasi di produzione dell'oggetto e gli orizzonti culturali in cui era inserito. Ed ecco perché è importante che un archivio d'impresa di moda tenga traccia di tutte le emanazioni che riverberano attorno al prodotto: solo in questo caso, infatti, sarà possibile ricostruire, citare, manipolare, capovolgere, aggiornare l'immaginario legato al brand.

Stefania Ricci, curatrice del museo Ferragamo, racconta:

L'heritage Ferragamo costituisce la fonte di ispirazione di ogni collezione, non solo quella delle scarpe donna, che rappresentano il core business dell'azienda. Con la creazione del nuovo Museo Salvatore Ferragamo ... è nata una nuova linea, che si chiama Ferragamo's Creations. Si tratta di prodotti simbolo della storia dell'azienda che sono stati rieccitati e che conservano lavorazioni, modelleria, materiali originali. Il nome della nuova linea è il nome della prima etichetta Ferragamo creata nel 1930 dal pittore futurista Lucio Venna per Salvatore Ferragamo.²²⁴

Il museo Ferragamo lavora sull'heritage anche in un'altra direzione: mettendo in sinergia il museo e archivio aziendale con operazioni di valorizzazione della cultura contemporanea:

Il museo Salvatore Ferragamo non è solo concepito come fiore all'occhiello e come autoplauzo alla creatività del fondatore dell'azienda, ma si propone di operare soprattutto come istituzione culturale propositrice di iniziative culturali contemporanee e diverse (mostre, eventi, convegni) di significato e rilevanza internazionali nel campo dell'arte, del design, della comunicazione, del costume e dell'informazione ... Le manifestazioni di cultura, nel nostro caso, non si devono risolvere in un isolato atto di mecenatismo a favore di una manifestazione di cultura contemporanea della moda, ma si devono trasformare invece in un'occasione di iniziativa strategica di comunicazione, diretta a rafforzare l'immagine istituzionale dell'azienda.²²⁵

²²² Yuli Bai, "Artification and authenticity: museum exhibitions of Luxury fashion brands in China", in *Fashion Curating. Critical practice in the museum and beyond*, a cura di Annamari Vanska and Hazel Clarck, London-New York, Bloomsbury, 2018, pp. 215-223.

²²³ Montemaggi, Severino, op. cit., p. 125.

²²⁴ op. cit., p. 152.

²²⁵ Bulegato, op. cit. p. 151.

Il terzo capitolo approfondisce come caso di studio l'archivio storico Versace, descrivendo e analizzando i processi e le attività nati nell'ambito progetto di costituzione e organizzazione dell'archivio aziendale. Il capitolo si sviluppa ripercorrendo l'evoluzione del progetto di recupero dell'archivio, a partire dal 2011 al 2018, nella prospettiva dei *fashion studies*, per poi riflettere sulle problematiche e sulle prospettive che ne derivano.

3.1 *Establishing the collection*: la costituzione dell'archivio storico Versace come progetto di recupero della storia aziendale, di definizione dell'identità aziendale e come strumento di produzione

Il 24 ottobre 2011 ha avuto inizio il processo di costituzione dell'Archivio storico Versace, in coordinamento con la Direzione Artistica e il dipartimento aziendale Information Technology, con lo scopo di salvaguardare e valorizzare il ricco patrimonio di oggetti progettati e prodotti dall'azienda dal 1978 a oggi.

Il progetto "Archivio storico" è confluito nella creazione di uno specifico dipartimento, "Heritage Department" (2015) dedicato ad attività di tutela dell'archivio storico, luogo fisico e ideale allo stesso tempo dove le risorse culturali presenti in esso contribuiscono a precisare l'identità aziendale e a influenzare i processi creativi e produttivi. L'Archivio Versace è un patrimonio ricchissimo di idee, informazioni e documenti importanti non solo per la azienda ma rilevanti a livello italiano e internazionale, così come la storia del progetto Versace che tiene insieme fashion design, fotografia, cultura pop, produzione per il teatro e pratiche curatoriali nella moda attraverso le mostre, le pubblicazioni e i progetti editoriali realizzati in oltre quarant'anni.

La costituzione della prima collezione di oggetti dell'archivio storico: *L'abito per pensare*, come modello metodologico per la catalogazione della moda.

Al Castello Sforzesco di Milano, inaugura la mostra *Gianni Versace. L'abito per pensare* (14 aprile-21 maggio 1989, Sala della Balla, Castello Sforzesco, Milano) che esplora i primi anni (1978-1989) di creatività Versace, esponendo oltre duecento abiti, accessori, costumi per il teatro, affrontati in una prospettiva scientifica grazie al contributo di studiosi, sociologi, critici d'arte e storici della moda. La mostra fa il punto sui primi anni di produzione di Versace, presentando le creazioni sartoriali dell'atelier di Franca Olandese, madre di Gianni, Donatella e Santo Versace, oltre alle prime collaborazioni di Gianni Versace come stilista per i marchi di prêt-à-porter Genny, Complice e Callaghan. La mostra è la prima occasione nella storia aziendale per collezionare oggetti quali abiti, accessori, campioni di tessuto, disegni, fotografie, cataloghi pubblicitari, per farli dialogare e sottoporli all'analisi scientifica di studiosi ed esperti. Il progetto della mostra è a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss e nel comitato scientifico compaiono Cristina Piacenti Aschengreen, Grazietta Butazzi, Alessandra Mottola Molino, Omar Calabrese, Claudio Salsi. Nel comitato d'onore Maurice Béjart, Gillo Dorfles, Mimmo Paladino, Roland Petit, Maria Pezzi, Arnoldo Pomodoro, Arturo Carlo Quintavalle, Franco Maria Ricci, Luca Ronconi, Mimmo Rotella, Giorgio Strehler, Roy Strong, Ornella Vanoni, Bob Wilson collaboratori e artisti vicini a Gianni Versace. Nei crediti della mostra si citano aziende, professionisti del settore e dipendenti dell'azienda che in quell'occasione prestano o donano capi, accessori, campioni tessili. Ma è soprattutto nell'introduzione di Alessandra Mottola Molino al catalogo della mostra che si evidenziano riflessioni teoriche e progettuali rilevanti in questa sede. Il progetto e il percorso della mostra procedono per "temi e problemi", per analizzare in modo storico-critico la produzione di Versace, che è

insieme espressiva e visiva ma anche commerciale e d'uso. Le prime due sezioni della mostra e del catalogo si svolgono secondo modelli storici e cronologici tradizionali: le origini (la "memoria"), dalla sartoria materna alle prime collezioni di prêt-à-porter degli anni Settanta; l'evoluzione delle linee per l'abbigliamento femminile e maschile nel corso delle ventidue collezioni dal 1978 al 1989. Ogni collezione è analizzata installando nel display abiti, disegni tecnici, immagini di sfilata e di campagna pubblicitaria. Il percorso procede con un approfondimento dell'esperienza di Versace per il teatro, come "costume designer" per l'opera e il balletto. Le due sezioni centrali sono analitiche e tematiche: sui materiali (tessuti e non-tessuti), le loro lavorazioni, il loro uso, e sulla costruzione progettuale, industriale e commerciale di un abito. Dal progetto al prototipo, dalla prova al cartamodello (lo sviluppo del modello nella costruzione sartoriale o nella produzione industriale, presentato in sfilata), fino all'immagine pubblicitaria. La sezione conclusiva è dedicata al linguaggio, al segno, all' "alfabeto stilistico", frutto di letture incrociate e trasversali. Drappeggi e asimmetrie; contrasti; linee, superfici e volumi; femminile-maschile; rinnovo della tradizione; nuove tecnologie: sono chiavi di lettura del progetto di Versace e del design dell'abito. Si analizzano poi i molteplici incroci di riferimenti culturali come l'Op Art, la pittura vascolare greca, il Cubismo, l'Astrattismo, il Modernismo, il Postmoderno, la storia del costume (da quello elitario a quello etnico), l'esotismo. Un elemento rilevante e distintivo è che il progetto di mostra è condotto nel confronto continuo e dialettico con lo stesso Gianni Versace, che condivide anche precise informazioni sulla costruzione modellistica, indagata nella quinta sezione della mostra. Nell'introduzione al catalogo, Alessandra Mottola Molino, pone l'accento però soprattutto sul carattere fortemente innovativo dell'operazione: la definizione di un modello di analisi e di un metodo di ricerca, applicabile ad altre case *history* di moda contemporanea. Nell'introduzione al catalogo Mottola Molino approfondisce il discorso sulla metodologia applicata:

"un'esperienza unica di collaborazione tra storici, museologi, critici d'arte, da un lato; operatori, produttori, creatori di moda, dall'altro. La professionalità del gruppo di lavoro messo a disposizione da Versace ha permesso a questa nuova esperienza di funzionare. Le schede, rigorose e ricche di informazioni, di Nicoletta Bocca e di Chiara Buss, hanno potuto formularsi grazie alla fitta rete che nell'azienda Versace ha saputo recuperare abiti, tessuti, fotografie, dati tecnici, disegni, immagini, bibliografie, notizie d'archivio".²²⁶

L'esperienza de *L'abito per pensare* rappresenta un progetto unico nel suo genere perché affronta in modo fortemente innovativo questioni come la catalogazione della moda e la sua definizione disciplinare: allo studio e all'analisi storico-critica della produzione di abbigliamento è applicato un metodo di ricerca tradizionale - quello che si applica allo studio e alla catalogazione degli oggetti di "arte decorativa e industriale" come inteso nel secolo XIX- ma innovativo perché integrato con l'analisi di elementi quali per esempio l'iconografia di riferimento di ogni singolo oggetto.

Centrali rispetto alla questione metodologica sono le schede di catalogazione degli oggetti in mostra, definite dalla stessa Mottola Molino come "cardine del catalogo e della mostra stessa: il motore nuovo della macchina di ricerca". Queste schede compilate da Nicoletta Bocca sugli abiti e i disegni affiancano alla descrizione storico-fisica dei pezzi (con misure, date, materiali documentati, iscrizioni, dati d'archivio) un'analisi storico-critica delle ragioni estetiche, produttive, delle scelte stilistiche e innovative applicate all'oggetto abito contestualizzandolo nella collezione di riferimento (linea, genere, stagione, anno) e nel processo costruttivo e produttivo, degli elementi di stile, dei riferimenti culturali, dell'interpretazione iconografica dell'abito e della collezione restituita nella campagna

pubblicitaria e nei servizi fotografici di moda pubblicati sulle riviste di settore. La parte storico-critica della scheda varia a seconda della sezione della mostra in cui l'abito è inserito: dalla sezione cronologica (la sequenza delle ventidue collezioni) a quella progettuale (dove sono presentate e schedate anche le prove di prototipi preliminari, misti di appunti e note scritte, e i "disegni di look" eseguiti per i modellisti) a quelle tematiche. L'idea è che le schede debbano essere consultate in successione progressiva secondo l'ordine scandito delle sei sezioni, pensate come un percorso analitico attraverso il quale il lettore (o il visitatore della mostra) ricostruisce dettaglio per dettaglio, una visione d'insieme, critica e tematica. Le schede di Chiara Buss sui materiali (tessili e non) analizzano con estrema precisione ogni spunto tecnico e materico, evidenziando il processo creativo e di rielaborazione. Le schede tecniche descrivono la struttura fisica dei singoli pezzi; le analisi storico-critiche invece sono raggruppate per tipologie e per temi decorativi. I tessuti operati: raccolti per tecniche e per elementi ornamentali che Versace recupera dalla tradizione ma reinterpreta anche stravolgendoli. I tessuti stampati: concepiti come assemblaggi e mix di motivi grafici tratti da repertori diversi (come per esempio la natura, la storia dell'arte, la cultura classica greca). I tessili composti con tecniche miste, come accostamenti di tessuti e ricami, operati e stampati, e i "non-tessuti": pelle, metallo, pelo, gomma, frutto di sperimentazione e ricerca. A questo lavoro di studio, analisi, catalogazione e ricostruzione di un percorso espressivo e produttivo, il catalogo della mostra unisce saggi di approfondimento e riflessione scritti da storici della moda, storici e critici d'arte, filosofi e personalità del mondo della cultura e della scena artistica contemporanea quali Maurice Béjart, Sting, o di autorevoli firme del giornalismo quali Natalia Aspesi. Grazietta Butazzi approfondisce la lettura di Versace in rapporto con la rielaborazione del passato, evidenziando il recupero delle ispirazioni e dei modelli storici. Enrica Morini analizza l'immagine femminile immortalata nell'obiettivo di fotografi quali Richard Avedon o Penn. Omar Calabrese riconosce l'essenza della produzione formale e le radici dell'immaginario di Versace nell'idea di una cultura barocca rivisitata ("neobarocco") fatta di "passione per la messa in scena" e "desiderio di eccesso" uniti al gusto per l'asimmetria e l'irregolarità. L'uso di questa sorta di "disarmonia" è messo in luce anche da Gillo Dorfles nella postfazione al catalogo della mostra, in cui l'autore inserisce la moda nella dimensione più ampia dell'estetica contemporanea. In *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, Gabriele Monti²²⁷ analizza l'esperienza della mostra *Gianni Versace: L'abito per pensare* come esito di un dibattito e delle ricerche iniziate a Milano nel 1980 con il progetto di mostra curato da Grazietta Butazzi al Museo Poldi Pezzoli 1922-1943: *Vent'anni di moda italiana*,²²⁸ una riflessione che ha impostato "domande centrali sullo statuto culturale della moda nel suo confronto con la macchina espositiva e con il museo all'inizio di un decennio, gli anni ottanta del Novecento, fondamentale non solo per la messa a punto dell'oggetto 'mostra di moda', ma anche e soprattutto per la definizione della moda stessa come disciplina, attraverso il focus su temi e questioni come la ricostruzione della sua storia, la conservazione degli oggetti, il problema delle pratiche espositive culturali e museali nel loro confronto con le forme commerciali di display".²²⁹ In merito a *Gianni Versace: L'abito per pensare*, Monti evidenzia come il progetto sia rilevante a livello italiano e internazionale per il confronto diretto con la moda contemporanea, con i problemi di esporla rendendola rilevante per il visitatore, e allo stesso tempo riconoscendole lo statuto di oggetto culturale da collezionare. Un progetto che interroga non solo il dispositivo mostra, ma anche il fare espositivo nel suo rapporto con le azioni necessarie a immaginare cosa un museo della moda debba conservare e quali professionalità debba formare, per arrivare a contribuire alla definizione di una disciplina profondamente connessa alla contemporaneità e alla dimensione commerciale.

²²⁶ Alessandra Mottola Molino, "Introduzione", in *Gianni Versace. L'abito per pensare*, a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Arnoldo Mondadori Editore Arte, Milano 1989 [Catalogo della mostra, Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989] pp.14-15.

²²⁷ Gabriele Monti, "Una mostra per definire un museo 1922-1943: Vent'anni di moda italiana al Poldi Pezzoli", in *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, a cura di Maria Luisa Frisa, Venezia, Marsilio, 2020 [catalogo della mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, ideata e curata da Maria Luisa Frisa, exhibition making di Judith Clark, Milano, Museo Poldi Pezzoli 21 febbraio - 4 maggio 2020], pp. 36-57.

²²⁸ 1922-1943: Vent'anni di moda italiana, catalogo della mostra a cura di Grazietta Butazzi, Milano, Museo Poldi Pezzoli 5 dicembre 1980 - 25 marzo 1981, Centro Di, Firenze 1980.

²²⁹ Monti, "Una mostra per definire un museo" op. cit., p. 48.

Il progetto *Gianni Versace: L’abito per pensare* si inserisce nella storia aziendale (e in quella delle mostre di moda)²³⁰ come strumento utilizzato per riflettere e comunicare la produzione e l’immaginario del *brand* (e del designer): Versace annovera una lunga tradizione di mostre il cui primo nucleo si è formato proprio in occasione della mostra nel 1989, nella dimensione di una collezione identificata all’interno dell’azienda come “museo itinerante” integrato dallo stesso Gianni Versace con il procedere dello sviluppo delle linee e delle collezioni di moda, indagato e ridefinito dai progetti curatoriali di istituzioni internazionali come The Museum at FIT e il Costume Institute of the Metropolitan Museum of Art di New York o dal Victoria & Albert Museum di Londra.²³¹

Valerie Steele, scrive a proposito delle mostre di Versace:

In 1992 Richard Martin and Harold Koda curated the first of what would eventually be many exhibitions devoted to the work of Gianni Versace. [...] Not an art museum, it was permitted to function more freely as a lively source of information and inspiration. Visually, the Versace exhibition was absolutely stunning, and many people regard it as the best show ever held at FIT. After Gianni Versace’s murder in 1997, Richard Martin organized a second, posthumous retrospective of the designer’s work at the Costume Institute. This time, the press response was mixed, and much of it focused on Versace’s particular, highly sexual style (Muchamp 1997). Although the Costume Institute galleries had been considerably reduced in size since Vreeland’s day, the *Gianni Versace* exhibition looked handsome, if not as spectacular as its predecessor at FIT. The third Versace retrospective, *The Art and Craft of Gianni Versace*, curated by Claire Wilcox, was presented at the Victoria & Albert Museum in 2002. The largest exhibition at the V&A had ever devoted to a single designer, it included 130 looks, which were organized thematically. The “Art” section, for example, showed Versace’s references to the work of artists such as Andy Warhol and Roy Lichtenstein, while “Theatre” featured his costumes for opera and ballet productions. The last section of the show was devoted to the work of Gianni’s sister and successor, Donatella Versace. Not surprisingly, the exhibition had a very high celebrity quotient, and included many dresses worn by clients such as Princess Diana, Madonna and J-Lo. The notorious safety-pin dress worn by Elizabeth Hurley was prominently displayed. There was also a small “Study” section in which visitors were encouraged to touch and examine the garments on display. These were not, of course, dresses from the V&A’s permanent collection, but rather, like most of the clothing on display, from the Versace archive. One reviewer praised this as “an exciting and unusual addition to an exhibition [that] enriched our empirical knowledge of the clothes and engaged the public” (Mason 2005:86). Handsomely installed, the exhibition also featured a wealth of historical and technical information that contributed to raising it beyond the banal paradigm of designer-as-artist.²³²

Nell’analisi di Steele sulle principali mostre di Versace emergono alcuni elementi quali la centralità della collezione di oggetti d’archivio, la presenza di sezioni nel display

231 Nel 1992 the Museum at the Fashion Institute of Technology di New York ospita *Versace Signatures* (6 novembre 1992-9 gennaio 1993, New York): la mostra racconta l’universo Versace attraverso tutti gli elementi che lo compongono (abiti, accessori, stampe, oggetti, arredamento) per restituirne tutta la complessità. Nel 1994 la stessa mostra è riproposta negli spazi del Kunstgewerbemuseum di Berlino (15 settembre-25 novembre 1994, Berlino). Nel 1997 The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art di New York dedica allo stilista scomparso a Miami, il 15 luglio 1997, la mostra *Gianni Versace* (11 dicembre 1997-22 marzo 1998), curata da Richard Martin. Nel 2002 il Victoria & Albert Museum di Londra ospita *Versace at the V&A* (17 ottobre 2002-12 gennaio 2003, Londra), curata da Claire Wilcox. In occasione della mostra, è pubblicato il catalogo *The Art and Craft of Gianni Versace*, a cura di Claire Wilcox, Valerie Mendes e Chiara Buss. Da segnalare anche altre tre importanti esperienze in ambito museale, la prima nel 1985, al Victoria & Albert Museum di Londra, dove Versace presenta le sue creazioni a un pubblico di studenti delle più importanti scuole inglesi di design, dando dimostrazioni di modellistica e tenendo una lecture sui rapporti tra arte, moda e industria (*A sense of the future: Gianni Versace at the Victoria and Albert Museum*, Victoria & Albert Museum, Londra, 2 ottobre 1985); la seconda, nel 1986, al National Field Museum of Natural History di Chicago, dove Gianni Versace presenta le sue creazioni con una sfilata e un’installazione nel contesto della collezione permanente della Chicago Historical Costume Society e tiene una lezione di tecnica sartoriale a trecento studenti della School of Art Institute of Chicago (*Gianni Versace: Fashion, a contemporary history*, National Field Museum of Natural History, 26 - 27 Marzo 1986); sempre nel 1986 Il Palais Galliera, Musée de la Mode et du Costume di Parigi ospita la mostra *Gianni Versace: Dialogues de mode. Des photographes autour d’une création* (23 ottobre 1986 - 4 gennaio 1987, Mois de la Photo '86, Paris-Audiovisuel, Parigi) per raccontare l’immagine di Versace attraverso l’obiettivo dei grandi maestri che hanno fotografato le collezioni negli anni (Avedon, Newton, Bourdin, Bailey, Penn, Weber, Barbieri, Gastel).

232 Valerie Steele, “Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition”, in *Fashion Theory*, Volume 12, Issue 1, pp.15-16.

dedicate all’approfondimento scientifico dei materiali, come segno distintivo delle pratiche curatoriali. I riferimenti all’immaginario di Versace, con tutti i legami con il mondo dell’arte, e della cultura Pop contemporanea, trasformano i display in esperienze immersive nell’immaginario e nella visione del designer. È possibile rileggere l’esperienza delle mostre di Versace alla luce delle recenti ricerche condotte da Judith Clark, exhibition maker chiamata a confrontarsi con l’archivio di un grande couturier come Balenciaga, nel progetto “Cristóbal Balenciaga. Fashion and Heritage - Conversations”. Invitata dal Museo Balenciaga, Clark mette in scena una riflessione museologica sul tema dell’archivio in mostra, sul display della moda e sull’estetica delle pratiche conservative degli oggetti, ingaggiando una conversazione ideale con le collezioni del couturier e con le precedenti mostre dedicate a quest’ultimo e che rappresentano anche una modalità di archiviazione di tutte le informazioni sugli oggetti stessi. Nel *journal* che accompagnava la mostra la Clark scrive:

My own conversation and installation pays homage to the new routes through the archive in the way that a new visitor might, finding ones own associations to the material. The design therefore quotes remembered past exhibitions that have paid homage to Balenciaga bringing another kind of reference to the project. We see the work through the eyes, for example of Diana Vreeland, Marie-Andrée Jouve, Lesley Miller, Pamela Golbin, Hamish Bowles, Miren Arzalluz, Kaat Debo, or Olivier Saillard, among the many curators, researchers and fashion historians who have sought new approaches to Balenciaga’s legacy, that are shown along the route as props. The architecture is temporary against the fixed vitrines of the museum: the tension between fashion and heritage underlining the questions the exhibition itself raises.²³³

Il progetto di Judith Clark risulta funzionale al discorso su come le mostre di Versace costituiscano sia un consolidamento del nucleo di oggetti d’archivio su cui riflettere e attorno a cui costruisce l’archivio storico aziendale e la catalogazione degli stessi oggetti, sia una stratificazione di informazioni, notazioni tecniche, riflessioni critiche sui temi della produzione e dell’immaginario di Versace (e dell’identità del brand).

3.2 Dalla mostra allo studio e alla scheda degli oggetti d’archivio

Il progetto Versace Heritage recupera la lezione della mostra *Gianni Versace: L’abito per pensare* prendendo a modello fondamentale gli esiti di quella ricerca e integrandolo con le esperienze allestitive della storia aziendale e le riflessioni museologiche svolte in altri contesti da curatori e studiosi. Con il prezioso contributo di professionisti esterni, l’Heritage department ha quindi elaborato un modello di scheda che si confronta con quei risultati e considera riflessioni teoriche svolte nel solco di quella tradizione definita a livello internazionale come “object-based research with dress artifacts”.²³⁴

233 *Cristóbal Balenciaga, Moda y Patrimonio - Contextos* [Cristóbal Balenciaga. Fashion and Heritage - Conversations]: una mostra curata da Judith Clark al Cristóbal Balenciaga Museo, Getaria (San Sebastian), 24 Marzo 2018 - 24 Gennaio 2019. https://judithclarkcostume.com/wp-content/uploads/JC_BALENCIAGA_EXHIBITION_FOLD_UP_AW_HR.pdf . (27/10/2019).

La mostra è stata anche oggetto di analisi nell’ambito di una lecture della stessa Judith Clark presso l’Università Iuav di Venezia in qualità di visiting professor del Dipartimento di Culture del progetto nell’ambito dell’insegnamento di Pratiche curatoriali nella moda, condotto da Maria Luisa Frisa, nel corso di Laurea magistrale in Arti visive e moda, [Venezia, 9 Aprile 2018]

234 Cfr. Ingeid Mida e Alexandra Kim, *The Dress detective*, London, Bloomsbury Visual Arts, 2015.

Secondo Palmer e Clark l’oggetto abito trattiene una complessità di informazioni²³⁵: gli abiti incorporano elementi funzionali, così come qualità simboliche ed estetiche, tradotte in scelte costruttive e stilistiche che riflettono le influenze del contesto culturale in cui si inseriscono. Gli studi di Jules David Prown nell’ambito della storia dell’arte sono stati considerati partendo dalla definizione data di stile come il modo in cui qualcosa è fatto, prodotto ed espresso”²³⁶ e dalla pubblicazione *Mind in Matter: An Introduction to Material Culture Theory and Method*, in cui si articola la sua metodologia per condurre una ricerca “object-based”.²³⁷ Prown ritiene che gli oggetti forniscano una conoscenza più immediata della cultura che li ha prodotti, sottolineando anche che gli oggetti (anche d’abbigliamento) che sopravvivono al tempo possano dare al ricercatore la possibilità di vivere un’esperienza sensoriale con il passato, molto più onesta e diretta di qualunque parola scritta. Partendo da studi storici, archeologici e scientifici, elabora una metodologia d’analisi degli oggetti in tre fasi progressive di indagine: *Description, Deduction, Speculation*, a loro volta suddivisi in ulteriori step specifici interni a ognuno di questi tre momenti, per permettere di poter analizzare qualunque tipo di oggetto. Dobbiamo poi considerare lo sviluppo e il consolidamento delle ricerche di Prown da parte di Valerie Steele²³⁸ e le riflessioni metodologiche di Alexandra Palmer²³⁹, sulla necessità di combinare l’analisi dell’oggetto, la storia orale, ricerca d’archivio, e ricerca documentale. Un riferimento importante è ancora l’analisi dei diversi approcci presentati da Lou Taylor in *The Study of Dress History*, per riflettere sulla necessità di ibridare metodo “object-based” e approcci teorici.²⁴⁰

Altro riferimento considerato, è il modello studiato da Grazietta Butazzi e Alessandra Mottola Molino per il progetto *La Moda Italiana: Le origini dell’Alta Moda e la maglieria* (vol.1) e *Dall’Antimoda allo stilismo* (vol.2) pubblicato da Electa nel 1987. Nella sezione apparati, le autrici pubblicano un testo, “per una metodologia della ricerca”, di riflessione critica sullo studio e la metodologia di analisi e catalogazione della moda, e proposte di scheda per autori, per oggetti di moda, per disegni preparatori di oggetti di moda, per fotografie di moda, per accessori di moda e per aziende di maglieria. Non si è potuto ignorare il modello di scheda Scheda VeAC (Vestimenti Antichi e Contemporanei) messa a punto dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali, strumento che trattiene sinteticamente tutte le informazioni relative all’oggetto abito o accessorio di moda. La Scheda VeAC restituisce la complessità e la varietà del materiale, l’eterogeneità dei termini lessicali che vengono utilizzati per definirlo e la mancanza di un coordinamento nazionale per la catalogazione di questo patrimonio.

La scheda VeAC, pertanto, rappresenta uno strumento rigoroso che per la prima volta si propone di dare sistematicità allo studio di temi come la moda, le arti decorative e il costume. Essa permette, infatti, di ripercorrere l’analisi dei singoli pezzi con precisione; consente di colmare molti campi conoscitivi utilizzando un vocabolario chiuso di termini esatti e sintetici per individuare e identificare morfologie, specifiche tecniche di esecuzione, tessuti impiegati, motivi decorativi, gruppi di omogeneità; descrive inoltre il capo d’abbigliamento ricostruendone la datazione, la definizione culturale, i dati tecnici, la struttura e la storia. L’articolazione di ogni parte della scheda VeAC cerca di prevedere tutte le possibilità e i casi particolari che una collezione di abiti, museale o privata, può presentare.²⁴¹

Questa scheda è quindi un riferimento cruciale ma nella pratica di un’azienda privata e dei suoi processi e attività, si è pensato di mediarla con le specifiche necessità interne, sia in termini di risorse umane impiegate nella catalogazione, sia per favorire l’inserimento delle attività dell’archivio nei cicli produttivi di un’azienda privata di moda, che non è un museo o un privato collezionista. Presa coscienza della realtà produttiva in Versace in ogni suo aspetto logistico ed organizzativo, è apparso evidente che il focus centrale su cui orientare principalmente l’attenzione di catalogazione e quella conservativa fosse rappresentato dalla necessità aziendale di visionare frequentemente i capi d’archivio (per studio e ricerca per lo sviluppo delle collezioni correnti, riproduzione dei modelli o delle lavorazioni, per attività di comunicazione e marketing). Un’esigenza profondamente rilevante sul piano della salvaguardia dei manufatti tessili poiché la movimentazione, i prestiti e gli studi sartoriali, influiscono in modo imprescindibile sullo stato conservativo degli abiti ed accessori. Ai fini di una programmazione conservativa preventiva consona e corretta è opportuno che l’archivio sia dotato di un valido strumento di registrazione dati, rappresentato nello specifico dalla scheda tecnica conservativa. La scheda deve contenere informazioni specifiche sulla collocazione dei beni, sui materiali costitutivi, i procedimenti esecutivi, i dati tecnico-scientifici e la registrazione dello stato conservativo dei capi, periodicamente aggiornata e compilata da restauratori professionisti di settore. Nel caso specifico della collezione archivistica Versace è risultato valida l’elaborazione di una scheda con voci specifiche per ogni materiale. Metallo, pellame, plastica, tessuti e non, rispondono ad esigenze tecniche-conservative distinte che ne contraddistinguono le metodologie di tutela. Il risultato è una scheda in cui i campi tecnici contengono informazioni specifiche per ogni tipologia di materiale compositivo. In aggiunta ai campi tecnici, la scheda di catalogazione propone la registrazione dei dati storico-analitici. La ricerca delle fonti d’archivio ha coinvolto il team dell’Heritage department aziendale insieme a Simona Fulceri, restauratore dei Beni culturali per Opera Laboratori Fiorentini, laboratorio di restauro tessile presso Gallerie delle Uffizi - Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti, Firenze, istituzione museale pubblica, in un’attività complessa e meticolosa, il cui supporto storico scientifico si è rilevato fondamentale per la raccolta della documentazione fotografica e video. Il lavoro si è concentrato sulla ricerca bibliografica, la reperibilità dei bozzetti, le immagini di sfilata e le campagne fotografiche. I dati raccolti, oltre ad essere stati registrati e catalogati nella scheda hanno fornito altri quesiti storico-scientifici inerenti al patrimonio archivistico. La complessa attività ricognitiva dei capi storici ha permesso di intraprendere un percorso di ricerca in “work in progress” sempre più accurato e stimolante. Obiettivo ambizioso e di alto valore storico-artistico è stato quello di ricomporre i look di sfilata, non più su base interpretativa ma scientifica. Le analisi tecniche hanno infatti consentito di verificare direttamente l’autenticità dei capi componenti i look, prendendo in esame lo studio del taglio sartoriale, le cuciture originali, la registrazione delle etichette, i restauri precedenti e soprattutto le modifiche sartoriali, il cui esito è sempre invasivo e dannoso per l’abito, in quanto intervento diretto e spesso irreversibile sulla confezione sartoriale originale. La nuova ricerca si è poi orientata sulle affinità materiche, stilistiche e decorative degli abiti appartenenti alla stessa stagione produttiva.

235 Alexandra Palmer, e Hazel Clark, (eds). *Old Clothes, New Looks: Second Hand Fashion*, New York, Berg, 2004.

236 Jules David Prown, “Style as Evidence”, *Winterthur Portfolio*, 15 (3), 1980, pp. 197-210.

237 Jules D. Prown, “Mind in Matter: An Introduction to Material Culture Theory and Method”, *Winterthur Portfolio*, 17 (1), 1982, pp. 1-19.

238 Valerie Steele, “A Museum of Fashion is more than a Clothes-Bag”, *Fashion Theory*, 2 (4), 1998, pp. 327-335).

239 Alexandra Palmer, *Couture & Commerce: The Transatlantic Fashion Trade in the 1950s*, Vancouver: UBC Press, 2001; “Looking at Fashion: The Material Object as Subject”, in S. Black, A. De La Haye, J. Entwistle, R. Root, H. Thomas and A. Rocamora (eds), *The Handbook of*

240 Lou Taylor, *The Study of Dress History*, New York, Manchester University Press, 2002.

241 Importante nella ricerca è stato considerare l’esperienza di della mostra “Re-visioni: esercizi a partire da una study collection”, a cura di Gabriele Monti, con gli studenti del III anno del corso di laurea Iuav in Design della moda, nel 2014. Un progetto di Università Iuav di Venezia Dipartimento di Culture del progetto, Unità di ricerca “Il progetto nella moda” Corso di laurea in Design della moda e Arti multimediali presso Spazio Punch, Venezia, 5-29 aprile 2014. “Re-visioni: Esercizi a partire da una study collection” si configura come mostra che restituisce un percorso di studio. Il titolo allude sia al gesto conoscitivo del rivedere, del guardare una seconda volta, con un’attenzione diversa, per scorgere e cogliere dettagli sfuggiti alla prima visione. Gli abiti in mostra, sono stati selezionati a partire da un Fondo di circa duecento oggetti (abiti, scarpe, accessori) provenienti dalla collezione di Marcia Luisa Frisa, direttore del corso di laurea triennale in Design della moda e Arti multimediali allo Iuav. Si tratta del primo nucleo di una study collection a disposizione degli studenti Iuav e delle loro ricerche progettuali. Gli abiti sono stati schedati nei depositi del Museo di Palazzo Mocenigo - Centro Studi di Storia del Tessuto e del Costume a Venezia, con la collaborazione del responsabile Chiara Squarcina.

Da qui la scoperta delle affinità che alcuni abiti hanno fra di loro, riconoscibile dal taglio sartoriale, dalla riproducibilità dei motivi decorativi e dal valore estetico.

Se nella prima parte della scheda sono inseriti i dati tecnici e analitici, la seconda parte è dedicata alle condizioni e alle problematiche conservative delle opere. Una sezione registra la valutazione generale dello stato conservativo, le cause del degrado, la diagnosi dei danni. A conclusione i provvedimenti di tutela. Il piano conservativo si basa su tre canoni fondamentali: la prevenzione, intesa come insieme delle attività idonee a limitare le situazioni di rischio, la manutenzione con interventi destinati al mantenimento dell'integrità dell'opera, il restauro finalizzato al recupero del bene medesimo tramite l'azione diretta sul manufatto. Mentre per il restauro vige il principio del "minimo intervento", in quanto operazione applicabile solo per i casi più gravi, gli interventi di manutenzione dovrebbero essere perseguiti con ordinaria costanza dal personale specializzato. Tra le operazioni di manutenzione conservativa si prevede la spolveratura dei capi da eseguire con micro-aspirazione a velocità controllata (intervento sempre raccomandato per i capi provenienti da esposizioni prolungate), limitati interventi di pulitura (altamente sconsigliata il lavaggio degli abiti in lavanderia), la vaporizzazione a temperatura controllata nel caso di tessuti particolarmente disidratati o con superficie stropicciata. Un discorso a parte merita invece il degrado delle lacune. Molto spesso le lacune sono causate dall'usura e dalle tensioni generate dalla prolungata esposizione in verticale (si pensi a questo proposito agli abiti in maglia di metallo ["metal mesh"]) o a quelli interamente ricamati, il cui peso incide sulla resistenza di tenuta della superficie). Nel campo del restauro tessile questa tipologia di danni è affrontata principalmente con il consolidamento ad ago della lacuna tramite l'inserimento dal retro di nuovi supporti, conformi per materia e colore alla superficie dell'abito. Tale metodologia è applicabile su tutti i capi in cui sono presenti le lacune, compresi gli abiti in maglia metallica, simili per materia, colore e tipologia a quelle originali. Manufatti esclusivi della produzione Versace, gli abiti in maglia metallica rappresentano un caso unico per l'archivio di moda. Gli aspetti conservativi da valutare per la loro salvaguardia sono la materia realizzativa, principalmente alluminio, il peso strutturale dell'abito e il numero degli esemplari conservati in archivio (344 abiti). Nel caso specifico della conservazione della maglia metallica la priorità riguarda l'assenza delle alterazioni ambientali, in particolar modo quella dell'umidità. I valori termo-igrometrici richiesti per la conservazione dei manufatti tessili è di circa 18°-23 °C e 50- 65 % U.R. sia nel periodo invernale che estivo. Per gli abiti in *metal mesh* tali valori d'umidità dovrebbero scendere a circa 45 % U.R. La presenza nell'archivio di rilevatori termo-igrometrici come i Data-Logger wireless garantiscono il monitoraggio microclimatico dell'ambiente in relazione ai canoni conservativi. Più complesso il problema del peso strutturale della maglia metallica. Preservati in posizione verticale su grucce in plastica, gli abiti in maglia metallica hanno richiesto un urgente intervento di ricognizione conservativa. La disposizione suggerita è quella in piano, in quanto le zone di tensioni sono annullate dall'assenza di peso. Anche le frequenti movimentazioni rappresentano un alto fattore di rischio. Le maglie ottagonali che compongono l'armatura metallica sono fortemente propense a rotture, flessioni e allo sganciamento delle stesse. Il motivo risiede nella tipologia del metallo (l'alluminio è un materiale leggero e flessibile) e nella tecnica di costruzione, in quanto le maglie sono ancorate le une alle altre solo da quattro gancetti a forma d'uncino che dal retro si uniscono a sottili anelli in metallo. Un sistema innovativo e rivoluzionario ma estremamente delicato dal punto di vista conservativo. Ancora una volta è la conservazione preventiva a dover garantire nel tempo il mantenimento fisico-strutturale dell'opera. La disposizione orizzontale all'interno di scatole "deacidate" e imbottiture protettive in materiale polietilene, possono rilevarsi utili alla causa conservativa. Nel caso

specifico degli abiti *metal mesh* e dei capi realizzati in tessuti leggeri ricamati con ornamenti pesanti, la disposizione in piano comporta un programma dettagliato dell'organizzazione interna dell'archivio, fattore vincolante all'immagazzinamento degli oggetti. Occorre pertanto valutare sul campo le esigenze più urgenti e procedere progressivamente secondo le direttive degli operatori che di volta in volta saranno stabilite dalle ricognizioni tecniche. Attualmente è auspicabile progettare piani conservativi che possono prevedere sia la collocazione in piano all'interno di scatole "deacidate" e cassettiere, sia la disposizione in verticale con sostegni esclusivi, imbottiture inerenti alla morfologia dell'opera, custodie protettive realizzate in tessuto non tessuto.

La collaborazione con Simona Fulceri, restauratore dei Beni culturali per Opera Laboratori Fiorentini, laboratorio di restauro tessile presso Gallerie delle Uffizi - Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti, importantissima istituzione italiana e internazionale, ha permesso di considerare soluzioni adottate in ambito museale, come modello di riferimento. Presso i depositi del Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti, è conservato un abito Versace di maglia metallica, dalla foggia a kimono, indossato dalla cantante Patty Pravo nel 1984 in occasione del festival di Sanremo. Scrive Caterina Chiarelli, direttore della Galleria del Costume, oggi Gallerie degli Uffizi - Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti:

Esso ha richiesto un intervento di protezione della superficie metallica mirato a separare i due strati anteriore e posteriore attraverso l'inserimento di fogli di melanex. Una piatta tavola in plexiglass mantiene steso l'abito all'interno della scatola, mentre le ampie maniche, anziché ripiegarle, sono state morbidamente adagiate su tubi in fogli di ethaphon.²⁴²

L'abito è posizionato all'interno di un contenitore in cartone deacidato con falda in polietilene sagomata a misura sul fondo. Le precauzioni conservative mirano a proteggere la superficie dal contatto diretto con le maglie metalliche; un rischio reale in quanto le maglie, se accostate fra loro, tendono facilmente ad impigliarsi e rompersi nei punti d'ancoraggio. La soluzione adottata è quella di inserire alcuni strati di melinex (pellicola di polietilene monosiliconato liscia e sottile) posizionati tra la parte anteriore e posteriore dell'abito e nella parte interna, col fine di isolare le zone di contatto. Una lastra in plexiglass mantiene steso l'abito nella scatola, mentre le ampie maniche a kimono, anziché ripiegate, sono morbidamente adagiate su supporti cilindrici in ethaphon, sagomati a misura e rivestiti in tessuto non tessuto. Una cura particolare deve essere poi rivolta agli accessori, il cui immagazzinamento richiede accortezze particolari. Non sempre compresi per la loro complessità fisico-strutturale, gli accessori di moda presentano problematiche conservative assai complesse. Nel caso specifico della collezione Versace, ci troviamo di fronte a tutte le tipologie produttive degli accessori di moda, con particolare rilevanza alle scarpe. Per questi delicati esemplari si prevede la disposizione in verticale all'interno di scatole, supporti di sostegno in falda di poliuretano realizzati a misura, imbottiture interne personalizzate per evitare la deformazione strutturale dell'oggetto. All'interno del contenitore, in uno spazio preventivamente predisposto, si consiglia l'impiego del materiale tampone silicagel, elemento riequilibrante per eventuali escursioni igrotermiche.

²⁴² "Galleria del Costume. Il laboratorio di restauro dei tessuti a Palazzo Pitti", testo di Caterina Chiarelli, pubblicato sul *Bollettino degli Amici di Palazzo Pitti*, 2010, Edizioni Polistampa, Firenze 2011, p. 59.

3.3 Dalla scheda (di catalogazione e restauro) alla conservazione

--- Conservazione integrata

Il Controllo microclimatico. I valori termo-igrometrici richiesti per la conservazione degli abiti prevedono una temperatura di circa 18° C con un'umidità compresa tra 50 e 65 %, sia nel periodo invernale che estivo. La presenza negli ambienti di rilevatori termo-igrometrici come i Data-Logger wireless, garantiscono di monitorare l'aria in base ai valori minimo-massimo, medi e deviazione standard in relazione ai profili temporali. Il rilevamento e la lettura di questi dati rappresentano la prima verifica sulla funzionalità dell'impianto di climatizzazione dell'archivio in relazione ai canoni conservativi.

La protezione dai fattori esterni

L'attenzione rivolta all'isolamento dai fattori esterni deve essere garantita dai piani di manutenzione ordinaria dell'ambiente e dal personale interno. A tale proposito si prevede una particolare attenzione verso quei pericoli che possono provenire dall'esterno come luce, polvere, insetti e parassiti. Immagazzinare gli abiti all'interno di custodie originali rappresenta sicuramente il primo passo verso una buona protezione dai fattori esterni. Tuttavia nello specifico si sottolinea l'importanza preventiva da rivolgere alla minaccia parassiti, in quanto l'infestazione da tarme rappresenta ancora oggi uno dei problemi più frequenti nelle collezioni tessili. Intervenire per debellare la presenza di parassiti, significa affrontare soluzioni conservative piuttosto complesse ed onerose (la disinfestazione per anossia è il metodo più sicuro per sopprimere gli insetti), pertanto le pratiche igieniche, la presenza di zanzariere in caso di finestre e materiali d'imballaggio acid free sono fattori fondamentali per la prevenzione.

Piani d'interventi conservativi

Di seguito si elencano i punti più esplicativi del progetto conservativo, precisando che ogni azione è imprescindibile dagli aspetti gestionali della struttura e dal personale interno aziendale.

I "Facility report"

Registrazione dei danni tramite la compilazione di una scheda tecnica. Tale strumento consentirebbe la presa in visione della situazione generale del degrado e di conseguenza una mirata adozione delle misure conservative. La scheda tecnica ha il compito di riportare la mappa dei danni e i dati tecnici-analitici dell'opera sulla base della sua composizione materica. Nel caso specifico della collezione Versace è possibile identificare alcuni campi materici principali: le fibre naturali e sintetiche, la pelle naturale e sintetica (neoprene, gomma), i tessuti ricamati, i tessuti imbottiti, i tessuti metallici; a questi si aggiungono le sottostrutture interne e ovviamente gli accessori i quali, per la loro complessità materica, necessitano studi di ricerca settoriali.

Il Giornale del restauro

Registrazione dei dati da applicare nel caso in cui il bene sia sottoposto ad interventi di manutenzione e restauro. Il report ha la funzione di strumento di sintesi in grado di protocollare il percorso conservativo dell'opera e deve essere compilato dagli addetti ai lavori. L'azienda conserverà una copia del documento, in quanto detentore e responsabile del bene.

Il giornale del restauro consente inoltre di archiviare la campionatura dei materiali impiegati per gli interventi e la registrazione di eventuali ricette chimiche impiegate per le tinture.

Presentazione del giornale del restauro suddiviso per capitoli:

1. DIAGNOSI: controllo e verifica dello stato conservativo
2. ATTIVITA' DI MANUTENZIONE E RESTAURO: proposta di intervento e riesame
3. ELEMENTI DI BASE PER L'AVVIO DEL PROGETTO DI RESTAURO
4. MODULO DI RITIRO E RICONSEGNA DELL'OPERA
5. MODULO DI CHIUSURA DEGLI INCARICHI
6. CAMPIONATURA MATERIALI DI RESTAURO (tintura, tessuti, filati)

Manutenzione e Restauro

I due settori comportano metodologie tecnico-scientifiche complementari, le cui normative adottano tendenzialmente la politica del minimo intervento sul manufatto. È per questa ragione che le tecniche che comportano l'azione diretta sull'abito (il restauro) andrebbero svolte da professionisti del settore che sappiano valutare con logica scientifica la reale necessità dell'intervento.

Risulta inoltre fondamentale la collaborazione con la sartoria aziendale e con il personale interno manifatturiero per condividere informazioni riguardanti la tecnica e i materiali costruttivi dei capi (si pensi ad esempio alla tecnica d'ancoraggio delle maglie metalliche nel *metal mesh*).

Tra le operazioni di manutenzione conservativa si prevede la spolveratura con micro-aspiratore a velocità controllata. Tale intervento è raccomandato per gli abiti che provengono da esposizioni prolungate, mentre per quelli conservati in deposito la spolveratura può non essere richiesta se l'abito rimane ben protetto dai fattori esterni. Nel caso di abiti con superficie tessile particolarmente disidratata si interviene con getti localizzati di vapore ad aria fredda, da eseguire con vaporizzatori ad ultrasuoni. Questa metodologia può essere applicata anche per distendere le pieghe e le increspature causate ad esempio dal peso del ricamo o per gli abiti in pelle.

Un discorso a parte merita il degrado delle lacune. Nel campo del restauro tessile questa tipologia di danni è affrontata principalmente con interventi ad ago eseguiti a mano e materiali conformi al tessuto originale. Molto spesso le lacune sono causate dall'usura e dalle tensioni generatesi per la prolungata conservazione in verticale (si pensi ancora agli abiti in metallo o in tulle ricamato, il cui peso incide sulla resistenza di tenuta del tessuto). Ipotizzare degli interventi conservativi per questi abiti richiederebbe una valutazione mirata per ogni singolo caso che certamente non può essere affrontata nell'immediato; tuttavia la nostra esperienza sul campo ha dimostrato che la rotazione degli abiti è una valida soluzione anche per fini conservativi alternando al periodo espositivo quello in deposito, dove l'abito dovrebbe essere disposto in piano o in verticale in base al suo stato conservativo.

L'immagazzinamento degli abiti

L'organizzazione dello spazio interno di un deposito è elemento vincolante all'immagazzinamento dei beni. Tuttavia in ragione della nostra volontà conservativa occorre valutare sul campo le esigenze più urgenti e procedere progressivamente, secondo le indicazioni degli operatori. Nel caso specifico della collezione Versace, l'intervento prioritario ha riguardato gli abiti realizzati in maglia metallica, il cui peso strutturale richiede una disposizione in piano, tale da garantire la giusta distribuzione delle tensioni. Inoltre, le infinite maglie che compongono l'armatura metallica possono subire dei punti di rottura o di sganciamento se sottoposte ad eccessive movimentazioni. Gli abiti realizzati in tessuti leggeri con l'applicazione di accessori metallici possono presentare problemi conservativi significativi. Anche in questi casi si prevede la disposizione in piano, come per i capi ricamati su tessuto in pizzo o tulle.

147 What is corporate museum? It is a lobby display, a historical room, an exhibition hall, or place called museum? cit. in Bulegato, op. cit., p. 53.

148 Cit in Fiorella Bulegato, *I musei d'impresa. Dalle arti industriali all'industrial design*, Bologna, Carocci, 2008, p. 55.

149 Ivi, p. 65.

150 Tommaso Fanfani, "Archivio storico di impresa" in *L'impresa dell'archivio. Organizzazione, gestione e conservazione dell'archivio di impresa*, Firenze, Edizioni Polistampa, 2012, pp. 20-21.

3.4 Composizione dell'Archivio storico: Archivio abiti e Archivio fotografico

--- Archivio abiti, sede industrializzazione, Novara

I capi che fanno parte dell'Archivio sono capi di abbigliamento, accessori in pelle, calzature, gioielli ed accessori in tessuto che hanno un altissimo valore sia per l'utilizzo di materiali pregiati, sia perché sono per la maggior parte esemplari unici non più riproducibili. Tutti gli oggetti provengono da diverse collezioni (Alta moda e prêt-à-porter Donna e Uomo) e sono il prodotto della progettazione nel fashion design di Gianni Versace e di Donatella Versace.

Il progetto Archivio Storico ha previsto la riorganizzazione logistica dei magazzini, il ricondizionamento dei capi dell'archivio (dove necessario e possibile), la ricodifica dei capi dell'archivio su sistema informatizzato (denominato "Stealth"), l'introduzione di un sistema di tracciatura a radiofrequenza (RFID) e la possibilità di utilizzare un sistema grafico di ricerca "contestuale" che permetta la loro identificazione da parte degli uffici utilizzatori (dipartimenti Stile, Marketing e Comunicazione, Atelier, per citare alcuni esempi). Le diverse fasi possono essere così elencate:

- identificazione di uno spazio all'interno del magazzino di Novara (sede aziendale di industrializzazione del prodotto, situata in Via Belletti 4, Novara) dedicato in esclusiva all'archivio storico con caratteristiche di sicurezza (impianti di allarme e antiincendio), conservazione (a/c e riscaldamento) e dimensionato per una crescita prevista di almeno 10 anni.

- ricodifica di tutti i capi utilizzando il modello del programma "Stealth" (tessuto/modello/colore/stagione/collezione) e aggiungendo una serie di attributi statistici che permettano di "leggere" il capo partendo dal codice.

- inserimento sul capo di etichetta munita di *barcode* e di RFID ("radio frequency ID") che permetta l'identificazione e la tracciatura dei capi in modo automatico.

- utilizzo di un'interfaccia grafica che permetta agli utenti dell'archivio di poter reperire i capi senza dover necessariamente conoscere il codice di "Stealth".

Area di stoccaggio

L'area preposta allo stoccaggio dei capi è stata individuata in quella che nel 2011 era dedicata al magazzino "Accessori", svuotata da tutte le precedenti strutture, resa ignifuga (sistema antincendio "Sprinkler") e sicura (pareti antincendio e sistema antifurto dedicato) e sono state installate tutte le infrastrutture metalliche per permettere lo stoccaggio dei capi su due livelli con appositi sistemi di movimentazione tra i piani. Il piano terra è stato concepito come area di smistamento capi e come ambiente dedicato a registrazione fotografica dei capi, codifica ed inserimento etichetta RFID. Inoltre sempre al piano terra sono stati predisposti tutti i ripiani utili alla conservazione in piano degli abiti, accessori (scarpe, cinture, gioielli) e una parte dei capi appesi su gruccia.

Codifica / tracciatura capi

L'attività di codifica dei capi ha previsto due fasi distinte:

- Codifica prodotto sul sistema STEALTH (attributi stagione/tessuto/modello/colore)
- Codifica prodotto sul sistema WEB con attributi qualitativi (collezione, stile, colore, etc.)

Ai capi ricodificati e nuovamente fotografati è stata associata un'etichetta RFID / *barcode* che permette ai capi di essere tracciati all'interno del magazzino, dai varchi di uscita e ingresso di tutte le sedi aziendali. L'etichetta RFID utilizzata è un pendente adesivo stampato ed attivato direttamente dal magazzino "Archivio storico" ed una volta inserita sul capo permette di poter "tracciare" qualunque movimentazione dell'oggetto d'archivio.

Una volta codificati i capi su sistema informatico Stealth, è possibile attribuire una serie di parametri di qualifica quali "Collezione", "Sfilata", memorizzati sul sistema WEB per la ricerca e localizzazione dei capi. Il sistema WEB permette agli uffici che lo richiedano, di visionare con dei filtri appositi tutte le immagini dell'archivio, selezionare i capi che si desidera visionare per studio e ricerca e inviare automaticamente all'operatore di magazzino la richiesta di spedizione per attivare la tracciatura dei capi stessi tramite RFID.

Composizione dell'archivio abiti

L'Archivio abiti consta di 17.818 abiti catalogati (in data 18/06/2018), progettati da Gianni Versace (1978-1997) e da Donatella Versace (1997-2018) e nello specifico:

6.177 progettati da Gianni Versace;

9.597 progettati da Donatella Versace.

Gli abiti si riferiscono alle collezioni Prêt-à-Porter, Atelier (Alta moda, dal 1989 al 2018), nucleo abiti della collezione "Teatro" relativo alla progettazione di costumi teatrali, nucleo denominato per convenzione interna aziendale "Museo itinerante" (la collezione itinerante).

Alla collezione abiti si aggiungono:

- accessori Gianni Versace: 3.194

- accessori Donatella Versace: 2.886

- oggetti di arredamento della linea Versace Home (1991-2018): 2.000

- stampe foulard su seta: 2.044

Le attività prevedono catalogazione, attribuzione di codice *barcode* informatico, ricondizionamento e conservazione, restauro, allocazione / stoccaggio. L'Archivio è in continua crescita grazie ad acquisti di abiti e accessori provenienti da collezioni private o sul mercato del vintage specializzato. Il criterio di acquisizione risponde principalmente alla necessità di ricostruzione storica delle collezioni. Tutte le schede sono in triplice copia: una copia digitale (su database) e due copie cartacee: una in raccoglitore e l'altra sul capo corrispondente.

--- Archivio fotografico

Nel Marzo 2012 ha avuto inizio il progetto di organizzazione dell'archivio fotografico Versace, situato nella sede aziendale di via Borgospesso 15/A, a completamento del progetto "Archivio storico", che procede dal 2011 a oggi. Il progetto di organizzazione, catalogazione, conservazione e valorizzazione patrimoniale a scopo assicurativo è stata condotta dal team dell'Heritage department di Versace, sotto la direzione scientifica di Silvia Berselli, restauratore e storico della fotografia, che ha diretto il Centro per il Restauro e la Conservazione della Fotografia di Milano, e ha insegnato Restauro della Fotografia all'Accademia di Belle Arti di Brera e Storia e tecnica della fotografia all'università di Udine.²⁴³

L'archivio fotografico rappresenta il complesso patrimonio fotografico prodotto dall'Azienda e si configura come risorsa preziosa a livello di documentazione e di comunicazione, con importanti risvolti patrimoniali e potenzialità a livello economico, culturale e creativo. Nella prima fase dei lavori, il risultato più importante è stato il riconoscimento dei diversi materiali contenuti nell'archivio, studiando e comparando le fonti ufficiali di comunicazione aziendale costituite dai cataloghi e dalle pubblicazioni Versace.

Si è poi proceduto alla raccolta delle informazioni fondamentali necessarie alla catalogazione dei singoli oggetti fotografici:

1. autore dello scatto
2. datazione
3. soggetto ritratto
4. descrizione dell'immagine rappresentata
5. ambito di appartenenza della fotografia (campagna pubblicitaria, sfilata, evento, ritratto, disegno)
6. supporto tecnico all'immagine (diapositiva, negativo su pellicola, fotocolor plastico, stampa fotografica, illustrazione su carta)

Queste informazioni costituiscono i campi per la compilazione delle schede d'Archivio fotografico (sia fisiche che digitali). Successivamente si è provveduto all'organizzazione fisica dei materiali, suddividendoli e strutturandoli secondo aree tematiche:

1. disegni, bozzetti, illustrazioni
2. mostre e allestimenti museali
3. Teatro e Balletto
4. fotografie di sfilata
5. campagne pubblicitarie (abbigliamento e accessori)
6. fotografie della famiglia Versace
7. ritratti della famiglia Versace
8. rassegna stampa
9. ephemera: inviti, press release

In data 18/06/18 i processi hanno previsto:

- il completamento dell'inventario fisico degli oggetti fotografici inserendo le informazioni in un database digitale;
- la digitalizzazione dei materiali in formato compatibile con gli strumenti disponibili in archivio fotografico (scanner) a seconda delle necessità contingenti (richieste specifiche degli uffici: Direzione artistica, Stile, Stampa, Redazionale, Marketing, Vip).

A completamento del progetto si è reso necessario implementare un sistema che consenta di acquisire le immagini (scansione, ottimizzazione / elaborazione digitale del file acquisito, inserimento per la catalogazione / archiviazione) organizzandole su una piattaforma digitale fruibile dai diversi attori e ambiti aziendali in relazione alle specifiche necessità e autorizzazioni e che consenta di rispondere anche ad esigenze imprescindibili di tutela e conservazione dei materiali fotografici originali (libri, cataloghi, look-book, fotografie su diverso supporto).

Sono stati visionati gran parte dei materiali fotografici presenti, valutate le loro condizioni e redatto un elenco descrittivo e quantitativo delle consistenze.

Le difficoltà iniziali sono state principalmente legate agli ambienti dell'archivio fotografico, collocato in un locale seminterrato del tutto inadatto ad ospitare un tale patrimonio fotografico. In passato vi era stata l'urgenza di radunare il materiale fotografico in un solo luogo per evitarne la dispersione, e dal 2015 a oggi si è provveduto a progettare un locale e degli arredi adatti alle necessità conservative di materiali fotografici prevalentemente analogici. Un' idonea collocazione e a un riordino sistematico sono state due condizioni indispensabili per poter accedere alle opere e garantire alla raccolta una corretta conservazione.

Gli spazi limitati e la mancanza di piani di lavoro hanno reso particolarmente difficoltosa questa prima ricognizione. I materiali si trovavano ammassati in armadi e cassettiere, quasi sempre compressi, condizione che ha già causato danni quali strappi, lacerazioni e deformazioni delle fotografie. Risultava molto difficile in queste condizioni poter individuare le tipologie e i soggetti delle fotografie che mescolate in più cassette o negli armadi senza alcun inventario di riferimento. La digitalizzazione delle immagini, progetto già avviato per i cataloghi pubblicitari e look-book di sfilata, è stata particolarmente difficile per le opere fotografiche.

Prima ricognizione

Nei primi mesi di lavoro si è voluto fare un controllo capillare visionando il materiale fotografico conservato nei diversi armadi / cassettiere: prevalentemente stampe, anche di grande formato, diapositive e cartelle stampa.

Cassettiere

Qui sono state ritrovate le campagne fotografiche più significative dei grandi fotografi oltre alle fotografie riguardanti la famiglia Versace. L'ordine dei cassette è risultato spesso modificato rispetto a quanto indicato e i soggetti sono tra loro mescolati. Le opere, molte delle quali di grande valore, erano inserite nei cassette senza un'adeguata protezione e mischiate ad altri materiali quali cartelle stampe e copie.

Quantitativi

Stampe b/n (baritate, politenate, digitali): c. 1450

Stampe colore (cibachrome/ilfochrome, digitali): c. 820

Stampe press (b/n, colore): c. 100

Polaroid: c. 30

Diapositive/fotocolor/negativi (di vari formati: 35 mm, 6x6, 6x7, 10x12...20x25 cm): c. 1111

Prove di stampa/provini (b/n e colore): c. 225

c. 3.736 documenti fotografici.

²⁴³ Silvia Berselli e Lauca Gasparini [a cura di,] *L'archivio fotografico, Zanichelli*, Bologna 2000

Armedi: la maggior parte delle fotografie ritrovate risultavano stampe in bianco e nero relative alle campagne di noti fotografi. Le stampe sono state inserite in scatole di cartone.

Quantitativi

Stampe b/n (baritate e politenate, alcune anche virate, solarizzate e monocromatiche): c. 3660

Stampe colore (anche digitali): c. 350

Diapositive/fotocolor: c. 150

Cd: c. 8

Polaroids: c. 150

Prove di stampa (digitali): c. 110

Stampe press: c. 100

Fotocopie: da quantificare

Cartelle stampa : da quantificare

c. 4.528 documenti fotografici

Cassettiere metalliche

Qui i materiali erano mescolati in maniera eterogenea. Si trovavano prevalentemente diapositive di piccolo e grande formato ma anche documentazione di vario tipo e stampe di piccolo formato. I materiali qui conservati erano a rischio conservativo per la dimensione ridotta dei cassettei e per l'ammasso dei materiali presenti.

Quantitativi

Stampe b/n (baritate, politenate, virate, monocromatiche, su carta argentata e dorata): c. 4.340

Stampe colore (cromogeniche e cibachrome/ilfochrome): c. 7.310

Polaroid: c. 825

Provini (a contatto, polaroid ritagliate a mano ed incollate /pinzate su cartoncino, fotocopie ritagliate ed incollate su cartoncino): c. 1.750

Stampe press: 360 ca.

Diapositive/fotocolor/negativi/internegativi (vari formati, sciolti o montati su telaietti, per singoli fotogrammi o in striscia): c. 36.855

c. 51.440 documenti fotografici

Scaffalature metalliche

Contenenti documentazione relativa a libri e pubblicazioni in formato diapositiva. Il tutto conservato in raccoglitori ad anelli. Si tratta del materiale meno prezioso. Ancora in corso di analisi.

Le iniziali condizioni in cui si trovava l'Archivio fotografico erano del tutto inadatte alla conservazione delle fotografie. Le diverse opere fotografiche, diapositive o negativi erano spesso ammassate senza protezione nei cassettei. Si è provveduto a progettare un intervento conservativo per un'adeguata soluzione conservativa a seconda delle tipologie dei materiali e ovviamente della loro importanza per l'Archivio stesso.

Il mercato offre oggi una grande varietà di contenitori che possono soddisfare le diverse esigenze. Particolare attenzione è stata dedicata alla qualità di buste, scatole e contenitori e prodotti specifici per la conservazione a lungo termine delle fotografie che non contengono reagenti o altre sostanze presenti nelle comuni soluzioni di archiviazione destinate ai semplici documenti d'ufficio. Si è provveduto a redigere un documento specifico a riguardo per illustrare le soluzioni più idonee e meglio indirizzare le scelte dell'archivio. Dare un'adeguata protezione fisica alle opere ha coinciso con l'individuazione e la sistemazione di un adeguato ambiente che possa accogliere in maniera definitiva l'archivio.

Questioni organizzative

Lo spazio visibilmente limitato in cui si è operato inizialmente ha impedito di procedere agilmente con le fasi successive della sistemazione dell'archivio.

Si è manifestata la necessità di disporre di almeno due ambienti per poter adeguatamente suddividere le fotografie secondo tipologie qualitative (opere originali, copie, duplicati) e secondo tipologie cronologiche/di genere, per poter ricostruire i diversi set fotografici (campagne pubblicitarie, foto di sfilata, per fare alcuni esempi).

Il riordino dei materiali è stato eseguito nella sede aziendale di via Borgospesso, sede di ritrovamento originario dell'archivio fotografico, per poter accedere ai vari materiali durante le fasi di controllo e valutazione.

Questo lavoro è stato indispensabile ai fini conservativi, ai fini della catalogazione e della valutazione economica assicurativa e ai fini della digitalizzazione.

Vista l'ampiezza dell'archivio è stato opportuno nel momento in cui si svolse questo lavoro di selezione/suddivisione procedere già con una prima sistemazione conservativa (inserimento delle fotografie in buste o scatole idonee). Questo ha permesso inoltre di mettere le opere in sicurezza.

In un'ottica di organizzazione del lavoro si è proceduto come di seguito:

- Si è portata a termine la prima ricognizione includendo le ultime cassettiere metalliche e a campione le scaffalature.

- Dare priorità ai materiali più preziosi (le stampe fotografiche dei grandi autori) e procedere con la loro suddivisione in stampe vintage, stampe successive, ristampe e copie, contestualmente procedere ad una prima sistemazione conservativa di queste (inserimento in buste neutre e in scatole a norma).

Da questo lavoro sono emersi i diversi nuclei di opere fotografiche da digitalizzare. In questa ultima operazione, si è cercato di mantenere uniti i materiali, organizzandoli per anno/stagione (coordinate temporali alla base del procedere delle collezioni), per tipologie (i cataloghi pubblicitari, look-book di sfilata) e per autori (i diversi fondi fotografici dei singoli autori presenti in archivio).

--- *Archivio fotografico: Fondo Avedon*

A scopo esemplificativo, e in considerazione dell'importanza dell'autore e del rapporto di collaborazione creativa sviluppato con Versace, si approfondirà l'analisi del fondo "Avedon" presente in archivio fotografico, che risulta funzionale anche all'analisi dei diversi materiali che compongono l'archivio.

Richard Avedon (1923-2004), uno dei nomi più di spicco della fotografia di moda, ebbe un lungo legame di proficua collaborazione con Gianni Versace.

La prima campagna pubblicitaria di Avedon per la Maison è del 1980, appena due anni dopo il lancio della prima collezione Versace. Gianni Versace aveva intuito subito che un nome di spicco della fotografia internazionale sarebbe stato determinante per la comunicazione delle sue collezioni.

La collaborazione tra Versace e Avedon è documentata nella pubblicazione *The Naked & the Dressed: 20 years of Versace by Avedon*, un repertorio di immagini che raccoglie la produzione iconografica che va dalla prima campagna pubblicitaria della primavera / estate 1980 fino alla primavera / estate 1998, prima collezione disegnata da Donatella Versace come direttore artistico e in cui la cantante Courtney Love e la modella Erin O'Connor posano sotto l'obiettivo del grande fotografo americano.²⁴⁴ Analizzando i crediti alle diverse campagne pubblicitarie scattate pubblicati in *The Naked & the Dressed: 20 years of Versace by Avedon*, emergono nomi e specifiche professionalità coinvolte nella collaborazione tra Avedon e Versace, come per esempio risulta chiaro il ruolo di Donatella Versace in veste di "producer" delle campagne pubblicitarie, di figura incaricata di coordinare la campagna, direttamente incaricata anche dello *styling* per alcune di esse.

Un altro volume pubblicato di recente, *Avedon advertising*, è stato considerato per inquadrare anche criticamente la produzione del fotografo per Versace e per contestualizzare quell'esperienza nella dimensione più ampia dell'intera carriera di Avedon.²⁴⁵

Occorre ricordare che Avedon non è stato solo un abile fotografo di moda ma un autore che ha lasciato il proprio segno stilistico nella storia della fotografia. Avedon infatti ha presto cominciato ad esporre nelle gallerie d'arte e nei musei di tutto il mondo, ambito dai collezionisti, raggiungendo quotazioni di mercato molto elevate.

La produzione di Avedon per Versace resta ancora un ambito di studio del tutto inesplorato. Colmare questa lacuna permetterebbe certamente di comprendere lo stretto rapporto che negli anni Ottanta e Novanta legava fotografia, moda e arte.

L'unicità del fondo Avedon all'interno dell'archivio fotografico Versace va ricercato nei materiali inediti e unici qui raccolti. Moltissimi scatti presenti a Milano sono pezzi unici di cui non esiste copia nell'archivio della Richard Avedon Foundation di New York.

Tipologie di materiali

La raccolta Avedon presenta le caratteristiche degli archivi di lavoro che si sono formati a seguito di un utilizzo commerciale delle fotografie per la promozione e la diffusione a stampa delle creazioni Versace. Convivono quindi nell'archivio materiali di diversissima qualità e valore che questo lavoro di riordino ha cercato di suddividere e di valutare. Si è voluto principalmente individuare gli originali (in certi casi pezzi unici) dalle copie o foto a uso *Press* (spesso ottenute rifotografando gli originali).

Stampe bianco e nero

Rappresentano la parte più preziosa della raccolta. Si tratta nella maggior parte dei casi di stampe fotografiche alla gelatina sali d'argento su carta baritata quasi sempre di grande formato con un'altissima qualità nella resa dei toni.

Erano le stampe curate nei minimi dettagli dall'attenta supervisione di Avedon realizzate in grande formato. Queste stampe spesso presentano ritocchi manuali voluti dall'autore per perfezionare lo scatto. Molte di queste sono pezzi unici, potremmo definirli *collage*, stampe che riportano coloriture, assemblaggi, mascherature e interventi correttivi direttamente applicati sull'immagine. Ottenuto l'effetto desiderato Avedon utilizzava il collage come immagine finale per il passaggio alla produzione tipografica del catalogo e del lancio a stampa.

Accanto a queste stampe di qualità si ritrovano le stampe di lavoro, generalmente foto a uso *Press*. Carte fotografiche di qualità scadente (carta politenata) quasi sempre di piccolo formato, stampate commercialmente in quantità per un puro scopo di diffusione; erano le copie di lavoro che venivano spedite alle redazioni. Fotografie molto lontane per qualità e valore dalle stampe originali.

Delle stampe in bianco e nero non esistono negativi originali in Archivio, certamente trattenuti come era prassi dal fotografo a New York. I soli negativi in bianco e nero esistenti sono copie.

Stampe colore

Le stampe a colori sono decisamente molto poche rispetto alla produzione in bianco e nero. Questo è giustificato dalla diversa lavorazione del materiale fotografico a colori rispetto a quello in bianco e nero.

Il colore prevedeva meno passaggi di lavorazione, non si partiva da un negativo ma da una diapositiva.

In generale comunque la produzione di Avedon a colori resta oggi un settore ancora pochissimo studiato.

Polaroid

Si tratta di una parte della produzione di Avedon molto interessante. Va ricordato che le polaroid sono pezzi unici di cui non è possibile ottenere duplicati, quindi le polaroid conservate da Versace sono del tutto uniche e inedite. Le polaroid servivano a Avedon per avere un risultato immediato dello scatto. Nell'archivio venivano conservate applicate con punti metallici direttamente su cartelline da ufficio che contenevano le diapositive relative a quello scatto.

Diapositive

Anche nel caso delle diapositive si ritrovano all'interno dell'Archivio materiali originali e copie. La suddivisione degli scatti in queste due tipologie è stata facilitata grazie al ritrovamento di una nota redatta da Avedon stesso con le indicazioni precise per poterle individuare.

A differenza dei negativi, quindi, l'archivio possiede molte diapositive originali, materiali estremamente preziosi molti dei quali riguardano gli scatti più noti della produzione Versace.

Problemi conservativi

Come spesso accade negli archivi fotografici che si sono costituiti a seguito di un utilizzo della fotografia finalizzato alla lavorazione di un prodotto si ritrovano opere fotografiche, oggi di notevole valore, danneggiate o utilizzate senza le dovute accortezze conservative.

Basti pensare all'impiego di scotch plastici applicati direttamente su le stampe fotografiche per fissarle ai cartoni, o alle pieghe e agli strappi avvenuti per una manipolazione non corretta. Nel lavoro di riordino dell'Archivio si è già proceduto alla sostituzione di buste, scatole e contenitori da ufficio non idonei alla conservazione a lungo termine. Buste da lettera con presenza di lignina o plastiche del tipo PVC sono responsabile del rapido degrado della fotografia.

²⁴⁴ *The naked & the dressed: 20 years of Versace by Avedon*, Random House, New York 1998

²⁴⁵ *Avedon advertising*, The Richard Avedon Foundation, Abrams, New York 2019

¹⁴⁷ What is corporate museum? It is a lobby display, a historical room, an exhibition hall, or place called museum? cit. in Bulegato, op. cit., p. 53.

¹⁴⁸ Cit in Fiorella Bulegato, *I musei d'impresa. Dalle arti industriali all'industrial design*, Bologna, Carocci, 2008, p. 55.

¹⁴⁹ Ivi, p. 65.

¹⁵⁰ Tommaso Fanfani, "Archivio storico di impresa" in *L'impresa dell'archivio. Organizzazione, gestione e conservazione dell'archivio di impresa*, Firenze, Edizioni Polistampa, 2012, pp. 20-21.

Bisognerà inoltre prevedere una campagna di manutenzione e restauro, partendo dalle situazioni più pericolose e dando la priorità al materiale più prezioso per poter eliminare situazioni che possano con il tempo danneggiare irreversibilmente le fotografie.

Note alla perizia economica dei materiali fotografici

Al fine di proteggere e valorizzare a scopo assicurativo i materiali fotografici, in coordinamento con la responsabile scientifica del progetto di organizzazione e valorizzazione dell'archivio fotografico, Silvia Berselli, come per tutti i diversi fondi fotografici dei singoli autori presenti in archivio, si è provveduto a redigere una perizia del fondo Avedon, basata su una doppia valutazione di tipo culturale e di tipo economico. Per prima cosa sono stati suddivisi i materiali in base alle tipologie di qualità, originalità e rarità, tre punti fondamentali per attribuire un valore ai singoli pezzi.

Le informazioni reperibili nelle banche dati che raccolgono i principali passaggi d'asta di Avedon hanno permesso di costruire l'ossatura della perizia.

Va notato che il mercato dell'arte tratta solo stampe in bianco e nero firmate dall'autore. Si è quindi dovuto adottare una valutazione intermedia per tutte quelle stampe che, per quanto originali e per quanto stampate da Avedon, risultassero non firmate. Più difficile è stato attribuire una stima alle dispositivi originali, pezzi molto rari, ma che ancora non hanno un proprio collezionismo, anche se possiedono un indubbio valore.

Ricordiamo inoltre che tutto il materiale fotografico analogico, carte, diapositive, negativi è destinato ad assumere sempre maggior rarità in quanto la produzione di questi materiali è già parzialmente cessata e presto scomparirà del tutto.

3.5 Archivio digitale

Nell'ambito del progetto di organizzazione dell'archivio fotografico Versace, si è lavorato all'elaborazione di una soluzione applicativa in grado di raccogliere su una piattaforma digitale di organizzazione dei materiali, quelli che si è definiti "oggetti fotografici".

Gli oggetti fotografici dell'Archivio fotografico Versace possono essere suddivisi in diverse tipologie, quali:

- stampe fotografiche
- fotocolor o diapositive
- negativi su pellicola (se esistente)
- cataloghi / libri cartacei
- lookbook di sfilata stampati su carta fotografica
- foto di eventi o raffiguranti personalità e *celebrities* in abiti Versace (su diverso supporto)
- disegni e bozzetti su diapositiva/carta/fotocolor

Relativamente ai materiali video di archivio, vengono gestiti solamente il materiale esecutivo (e non quello girato originale), su supporto VHS di sfilate, TV, produzione per il Teatro / Opera / Balletto, mostre.

Le principali fasi del processo possono essere sintetizzati in quanto segue:

- scansione (nel caso di oggetti cartacei viene acquisita la pagina singola, senza inserimento del numero di pagina)
- ottimizzazione / elaborazione digitale del file acquisito
- inserimento dei dati per l'archiviazione

Le macro categorie / tipologie di metadazione per l'archivio fotografico sono:

- Campagne pubblicitarie
- Foto di sfilata
- Disegni / illustrazioni / bozzetti
- Foto *celebrities* / personaggi
- Teatro / Opera / Balletto
- Mostre

In relazione a quanto emerso e sopra descritto, si è provveduto a lavorare a un progetto che ha come obiettivo di rendere garantire ai diversi attori / ambiti aziendali, in relazione alle specifiche necessità e autorizzazioni, un servizio per la fruizione dell'archivio storico dei materiali fotografici di Versace.

3.6 Postproduction: l'uso dell'archivio nei processi del fashion design.

Il caso della “Tribute collection”, collezione donna prêt-à-porter primavera / estate 2018, omaggio a Gianni Versace

Nel settembre 2017, Donatella Versace, direttore artistico di Versace, presenta una collezione omaggio a Gianni Versace. Nel comunicato stampa della sfilata, si legge:

Throughout his career, he created collections that to this day are considered a cultural point of reference and inspiration to many. It would be impossible to commemorate Gianni's entire world in a single collection, therefore, I have decided to honor his legacy with his beloved prints and dazzling metal mesh.²⁴⁶

Nei commenti della stampa specializzata:

This show is impossible to review in terms of the clothes because history has judged them at this point and they are winners one and all. Gianni Versace's work was extraordinary for its out-of-the-box humor, sense of history, total hubris, and playful hotness. And here's the thing: It holds up beautifully over time.²⁴⁷

e ancora:

Twenty years after her brother Gianni Versace's death, Donatella staged a moving show in his honor on Friday evening. “I finally have the courage to go to the archives and give my tribute to Gianni,” she said at an informal press conference before the show at the Triennale Museum. [...] In developing this collection, Donatella homed in on a single overarching motif – the prints that her brother made signature to the house. She extracted from the archives, among others, “Baroque,” “Vogue,” “My Friend Elton,” “Warhol,” [...] Versace stressed that the clothes were not replicas: Today's tailoring is more relaxed and freeing than that which Gianni Versace perfected back when. As for the look, the mood, the bravado, they transported beautifully to today. And in a mostly quiet season, they delivered a key message. “Gianni,” Donatella said, “had the courage to dare.”²⁴⁸

La collezione si sviluppa rieditando alcuni dei motivi grafici di stampa su tessuto progettati da Gianni Versace nel corso della sua carriera e abiti in maglia di metallo, esito di ricerche condotte dallo stilista nel campo delle tecnologie applicate ai materiali. La scelta delle stampe si concentra su alcune delle più famose proposte nel corso degli anni Novanta: “Barocco” (autunno/inverno 1991 e primavera/estate 1992), “Barocco animalier” (“Wild Baroque” primavera/estate 1992), “Icons” (“Le Madonne”, autunno/inverno 1991), “Native Americans” (“Indiani”, autunno/inverno 1992), “Trésors de la Mer” (primavera/estate 1992), “Butterflies” (“Le farfalle”, primavera / estate 1995) e quelle che riflettono e rielaborano elementi grafici della cultura visiva e dell'arte Pop come “My friend Elton” (“il mio amico Elton John”), “Vogue”, “Pop” (“Warhol”) tutte della collezione donna prêt-à-porter primavera / estate 1991. Questi motivi grafici sono stampati su modelli originali d'archivio riproposti in pedana e su altri che costituiscono delle traduzioni e delle rielaborazioni di forme, volumi, e dettagli (costruttivi e decorativi) degli abiti storici. Il finale della sfilata è progettato come un tableau vivant in cui le modelle sono in posa come nella composizione di un'immagine scattata dal fotografo Richard Avedon per la campagna pubblicitaria della collezione donna prêt-à-porter autunno/inverno 1994 (collezione definita “Technowoman” dallo stesso Gianni Versace, in riferimento alle ricerche in ambito tecnologico applicate al tessuto in maglia di metallo e agli altri materiali impiegati in quella collezione): Carla Bruni, Claudia Schiffer, Naomi Campbell, Cindy Crawford, Helena Christensen “supermodel” degli anni Novanta, indossano abiti-

²⁴⁶ Dichiarazione di Donatella Versace, pubblicata nel comunicato di presentazione della “Tribute collection”, collezione donna prêt-à-porter primavera / estate 2018, alla Triennale di Milano, 22 settembre 2017.

²⁴⁷ Recensione della giornalista Sally Singer, pubblicata sul sito Vogue.com, il 22 settembre 2017, <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/versace> (24/01/2020).

²⁴⁸ Articolo pubblicato sul magazine WWD.COM, *Twenty years after her brother Gianni Versace's death, Donatella staged a moving show in his honor on Friday evening*, di Bridget Foley, 23 settembre 2017, <https://wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2018/milan/versace/review/> (24/01/2020)

peplo in maglia di metallo che rielaborano i modelli indossati da Nadja Auermann, Cindy Crawford, Stephanie Seymour, Claudia Schiffer e Christy Turlington nella famosa immagine di Avedon. La “Tribute collection” diventa un manifesto del progetto di Gianni, reinterpretato da Donatella e diventa riflessione sui codici del brand, e sul concetto di Heritage. In questa prospettiva e dal punto di vista dell'archivio, è l'opportunità di mettere in relazione anche gli studi critici sviluppati in occasione delle mostre dedicate a Versace dal Costume Institute del Metropolitan Museum of Art di New York (1997) e dal Victoria & Albert Museum di Londra (2002). Sul catalogo della retrospettiva al Met, leggiamo le riflessioni elaborate da Richard Martin, Curator in Charge del Costume Institute:

Today, we perceive Versace landmarks without the corollary media sensationalism and even, to some degree, without their being inhabited by the most beautiful and the most famous. They stand alone as design objects. [...] his opulent prints are bold enough to encompass gilded neoclassicism and wild-animal prints, baroque fetes and the exaggerated resort style of South Beach, rich classical imagery and the patterns of Ravenna mosaics. [...] Versace took the element of suturings and fastenings to the eternal impetus to let the body break through the barrier of clothing. His extravagant appropriations from popular culture are characteristic of many of Versace's most innovative work. Though the idea pre-existed in some way, he manipulated the reasoning and the fulfillment of the form, ending with a landmark that is genuinely Versace. Versace's landmarks are not definitive. Rather, they are only moments from a rich, varied scrapbook of remembrances that can take any spectator into the realm of memory and yield even more through their knowledge of design history.²⁴⁹

Riguardo al tema delle stampe, cruciale nello sviluppo della collezione “Tribute”, Martin legge il repertorio delle stampe su tessuto di Versace come uno strumento per incorporare parole e immagini, permettendo di veicolare messaggi in modo esplicito attraverso elementi di design e segni grafici, in modo esplicito e non mediato. Soprattutto per quanto riguarda le stampe “Pop” della primavera / estate 1991, in particolare con la stampa “Vogue”, che assembla le copertine della rivista come motivo grafico stampato, Versace sottolinea l'importanza della comunicazione e della produzione di immagini come caratteristica fondamentale per la moda, che Martin legge e riconosce come parte integrante della cultura visuale contemporanea.²⁵⁰ Incrociando la lettura dei saggi pubblicati sul catalogo del Met del 1997, con le pagine scritte dallo stesso Martin sulla rivista “Textile & Text” del Fashion Institute of Technology di New York, di cui lo stesso Martin era Editor, Publisher ed Executive director presso lo Shirley Goodman Resource Center del FIT oltre che a ricoprire il ruolo di “Director of the galleries” del FIT (the Museum at FIT), approfondiamo l'analisi delle stampe di Versace, prendendo in esame i motivi grafici delle immagini sacre e delle Madonne bizantine, sviluppati da Gianni nell'autunno/inverno 1991 e rieditato da Donatella nella collezione “Tribute” in chiave di stampa su tessuto e come decoro ricamato per i giubbotti in pelle, Richard Martin attribuisce a Versace la capacità di associazione tra abbigliamento, parola, immagine e metafora, lavorando su qualità “allegoriche” e allusive dell'abbigliamento, che diventa mezzo di riflessione, espressione e comunicazione:

In any allegory, whether sacred or profane, the story or representation is only the superficial or evident version of the more substantive, perhaps spiritual, sense that underlies. A contemporary allegory may inevitably be a little glossy and a little sensual, but it is nonetheless important that Versace has chosen to declare that clothing is a symbol of deeper thinking and of the immaterial that lies beyond the material. Concomitant with reacquainting us with the physical elements of the Byzantine world, Versace returns to a metaphysics of clothing. [...] But a Virgin and a Child taken from mosaic to embroidery, gearing down the scale, but keeping even the process more or less intact, is to declare representation

²⁴⁹ Richard Martin, “The Landmarks”, in *Gianni Versace*, New York, The Metropolitan Museum of Art, 1997. (Catalogo della mostra, New York, The Metropolitan Museum of Art, 1 dicembre 1997-22 marzo 1998), pp. 17-23.

²⁵⁰ Martin, “Word and Image” in *Gianni Versace*, op. cit., pp. 141 - 145.

and affinity with clothing and apparel something other than uninterpreted, unintelligible field of design. What cannot be said about this clothing is that it is meaningless. [...] We know that a Virgin and a Child has meaning; it claims history; it establishes allegory; it begets ideas.²⁵¹

Richard Martin legge il lavoro di Versace sulle stampe in chiave di riflessione sulla capacità della moda di farsi strumento retorico, espressivo, veicolo di messaggi e territorio di ibridazione di elementi culturali e linguaggi differenti. Il finale della “Tribute” collection si concentra sul *metal mesh*, la maglia di metallo (materiale denominato commercialmente “Oroton” agli inizi dei suoi primi utilizzi negli anni Ottanta, maglia a incastro di elementi metallici in lega di ottone o di alluminio, presentato per la prima volta per la collezione prêt-à-porter autunno / inverno 1982, in collaborazione con gli artigiani tedeschi di Atelier Friedrich Münch, e ispirato alle armature medievali del film “Excalibur” diretto da John Boorman nel 1981). Gli abiti indossati dalle “supermodel” sono rielaborazioni di modelli della collezione prêt-à-porter autunno / inverno 1994, che rimandano alla costruzione del peplo greco, che ritorna di frequente nelle collezioni di Versace come richiamo alle radici culturali del progetto di Versace che affondano in Magna Grecia. E le modelle appaiono sulla pedana come divinità guerriere, immagini di forza e bellezza allo stesso tempo. Come scrive Harold Koda, Curator del Costume Institute del Metropolitan Museum of Art, nel catalogo della mostra *Goddess: The Classical Mode* del 2003:

Gianni Versace's love of classical themes is evident in the Medusa-head logo that established his atelier's identity. The Versace goddess is worldly, without the idealized aura of the Hellenic arcadia. Her confidence is almost brazen, and her taste for spectacular effects is uninhibited. In Versace's imagination, classical dress was an opportunity for body-revealing drape and incandescent effects.²⁵²

Nel catalogo della mostra che il Victoria & Albert di Londra dedica a Versace nel 2002, leggiamo l'approfondimento sulle ricerche condotte da Versace nel campo dei materiali, che corrispondono a una precisa volontà di innovare e di rischiare, che accomuna Gianni e Donatella e che corrisponde all'attitudine della donna che abita l'immaginario del brand. Nel saggio (che corrisponde a una sezione della mostra) “The Craft of Gianni Versace”, Chiara Buss scrive:

He combined the material's intrinsic qualities - hardness, coldness, impenetrability: symbols of the invincible woman - with the totally contrasting features of traditional supple fabrics - a fabric's ability to cling to the body, the possibility of draping it, its malleability when it is cut and sewn, and the way it can be dyed, patterned or appliquéd. [...] Plain or patterned, lacquered in rich, dark colours or in the pastel shades of more recent seasons, painted or studded with diamantés, or combined with leather, lace or the lightest of chiffons, Oroton has come to symbolize Versace's ability to reinvent an age-old material.²⁵³

251 Richard Martin, “Sailing to Byzantium: A Fashion Odyssey, 1990-1991”, in *Textile & Text*, Volume 14, Number 2, Shirley Goodman Resource Center, Fashion Institute of Technology, New York, 1991, pp. 3 - 12. (p. 7, 9).

252 Harold Koda, *Goddess: The Classical Mode*, The Metropolitan Museum of Art, Yale University Press, New York 2003 [catalogo della mostra curata da Harold Koda, “Goddess” al Metropolitan Museum of Art, New York, 1 Maggio 2003 - 3 Agosto 2003], p. 212.

253 Chiara Buss, “The Craft of Gianni Versace”, in Claire Wilcox, Valerie Mendes e Chiara Buss (a cura di), *The Art and Craft of Gianni Versace, London*, V&A Publications, 2002 [catalogo della mostra “Versace at the V&A”, Victoria & Albert Museum, Londra, 17 ottobre 2002-12 gennaio 2003], p.125

La collezione “Tribute” agisce come riflessione sui codici, sul DNA del marchio, confrontandosi con i materiali d'archivio per rivederli, riesaminarli, rielaborarli attraverso la sensibilità contemporanea e il mutare degli scenari della moda. È un cortocircuito tra passato e presente, in cui l'archivio è risorsa creativa e strumento di immaginazione e progettazione, scomposto e ricomposto dalla visione del direttore artistico, che diventa idealmente un curatore che seleziona oggetti del passato per un nuovo racconto. L'archivio diventa luogo della postproduzione²⁵⁴ e dell'alterazione, dove stampe, modelli, materiali vengono studiati, campionati, riprodotti, modificati per restituire il progetto di Gianni filtrato dalla visione di Donatella. La riattivazione come modalità progettuale nei fashion design e che questa collezione esemplifica perfettamente, è analizzata da Maria Luisa Frisa, come espressione di quelle forme di *reenactment* che “attualizzano e superano l'idea di citazione, perché rimettendo in circolo progetti e idee, esplicitano una riflessione, anche critica, sull'oggi”.²⁵⁵ Riflettere sull'oggi e sulla case history della “Tribute” collection, significa riconoscere una modalità progettuale nei processi del fashion design che attinge e postproduce il passato, secondo dinamiche che Alessandra Vaccari qualifica come “progettazione inversa”, che procede dal recupero di oggetti dal passato per riproporli nel contesto di una nuova linea o collezione. Un metodo che deriva dall'uso dell'archivio e che si alimenta selezionando e riutilizzando forme preesistenti.

Nella sua ricerca, *La moda nei discorsi dei designer*, Vaccari riconosce all'archivismo la capacità di alimentare il processo creativo anche per “rinsaldare l'immagine e l'identità aziendale” e “per stabilire una continuità dopo la morte di chi ha fondato il marchio o la *maison*” che soprattutto per i marchi storici, “si è sviluppato alla fine del XX secolo insieme ai discorsi di *brand heritage* e di rivalutazione dell'artigianato”.²⁵⁶

Incrociano queste ricerche, con altre sviluppate da Vaccari nella pubblicazione scritta insieme a Caroline Evans, *Il tempo della moda*, notiamo come questa modalità di progettazione “inversa” investa in senso più ampio il concetto di tempo applicato alla moda e la sua interpretazione in categorie differenti che agiscono in modo specifico. Vaccari e Evans identificano le categorie di tempo industriale (che attiene al procedere della produzione), tempo antilineare (che sovverte la linearità del tempo, il suo procedere progressivo e in cui il design della moda diventa processo di citazione e ricostruzione, in cui sono in gioco nostalgia e revival, esemplificato dal postmoderno e dalla moda che negli anni ottanta ha citato e mescolato una pluralità di stili storici, dall'antichità al modernismo) e il tempo ucronico (l'immaginario della moda, incline alla costruzione di miti, una sorta di “storia alternativa”, come avviene per le storie dei marchi di moda, sottoposte a continua riscrittura, mitologizzando i fondatori o reinventando le tradizioni). Secondo questa lettura:

Le mode nostalgiche possono riguardare sia il tempo antilineare che quello ucronico: antilineare perché fanno rivivere le mode passate attraverso forme di revivalismo e riciclo; ucronico dal momento che implicano inevitabilmente processi di reinvenzione e ricostruzione del passato.²⁵⁷

254 Cfr. Nicolas Bourriaud, *Postproduction*, op. cit.

255 Maria Luisa Frisa, “A proposito della moda in questo millennio”, in *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, a cura di Maria Luisa Frisa, Venezia, Marsilio, 2020. [catalogo della mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, ideata e curata da Maria Luisa Frisa, exhibition making di Judith Clark, Milano, Museo Poldi Pezzoli 21 febbraio - 4 maggio 2020], pp. 18- 33., p. 31 Maria Luisa Frisa prende in esame gli abiti in metal mesh della collezione “Tribute” primavera/estate 2018, selezionandone due per questa mostra, installati nel progetto di Judith Clark come ideali cariatidi che reggono l'Eretteo, allusive dei rimandi culturali e dei riferimenti iconografici che riconducono al brand e al progetto di Gianni interpretato da Donatella Versace.

256 Alessandra Vaccari, *La moda nei discorsi dei designer*, Bologna, CLUEB, 2012, pp. 88-91

257 Caroline Evans e Alessandra Vaccari, *Il tempo della moda*, Milano-Udine, MIMESIS, 2019, pp. 19-20. Le ricerche di Caroline Evans e Alessandra Vaccari si sono sviluppate a partire dall'esperienza di Caroline Evans come visiting professor presso l'università Iuav di Venezia, Dipartimento di culture del progetto (Venezia, autunno 2016). In quell'occasione Evans tenne un ciclo di seminari intitolato *Fashion and Evocation*, per indagare i legami tra moda e tempo, corpo e narrative, partendo dai concetti di traccia, gesto, oggetto e memoria. I seminari, rivolti agli studenti magistrali in Acti visive e Moda e ai dottorandi in Scienze del design, si svolsero nell'ambito del corso magistrale di Storia e teoria della moda tenuto da Alessandra Vaccari allo Iuav e dedicato al concetto di *nowness* nella moda.

La “Tribute” collection e il lavoro sull’archivio Versace è stato considerato come esempio di postproduzione creativa delle ispirazioni e dei repertori del passato in occasione del convegno “*Fashion, Self-Reflexivity and the Question of Inspiration*”, organizzato dal Courtauld Institute of Art di Londra, (Dress History Conference, The Courtauld Institute of Art, Londra, 11 Maggio 2019).²⁵⁸ Nel comunicato di presentazione della conferenza si fa riferimento al lavoro di Donatella Versace, “drawn from the archives of her brother’s designs” proprio per la primavera / estate 2018. In quell’occasione personalità del mondo accademico come Judith Clark, Caroline Evans, Agnès Rocamora si sono confrontate con fashion curator come Sonnet Stanfill, e con esponenti del mondo dell’heritage brand management, giornalisti e designer. Si è ragionato in termini di esperienze di fashion design che fanno riferimento al proprio passato in un costante processo di creazione, decostruzione e ri-creazione. La moda procede per autocitazione, in un discorso che ibrida passato e presente in un continuo cortocircuito di ispirazioni, e per appropriazione, ripetizione, copia, omaggio e perfino collaborazione, rimettendo in discussione continuamente questioni di originalità, novità e invenzione.

3.7 Problematiche e prospettive

Dopo aver analizzato il progetto di costituzione dell’archivio storico Versace e aver trattato un caso emblematico di uso dei materiali d’archivio, rappresentato dalla collezione “Tribute”, è possibile effettuare alcune riflessioni su diverse questioni problematiche o che presentano delle criticità, per poi provare a definire traiettorie e prospettive aperte.

Come è alimentato l’archivio? Con il procedere delle collezioni, per le diverse linee, l’archivio si arricchisce di abiti, accessori, immagini (disegni tecnici e illustrazioni realizzati dal dipartimento Stile per le collezioni delle diverse linee; la campagna pubblicitaria; le immagini dei servizi fotografici scattati per le diverse linee a scopo promozionale e per le diverse esigenze nella attività di comunicazione e marketing; foto e testi che derivano dalle attività dell’ufficio stampa e comunicazione; materiali derivanti dalle attività di marketing e comunicazione online; materiali pubblicati all’interno dell’azienda e o anche direttamente in formato digitale, che derivano dalle attività dell’area Retail dell’azienda; cataloghi pubblicitari e look-book di sfilata; *ephemera* come inviti di sfilata o eventi speciali, cartelle stampa; pubblicazioni come cataloghi di mostre o di progetti a cui il brand prende parte). Mentre per le immagini e tutto il repertorio iconografico di comunicazione e marketing, i materiali entrano in archivio fotografico automaticamente, per l’archivio abiti e accessori il confronto con la direzione artistica si rende necessario ed inevitabile: il direttore artistico indica all’Heritage department linee guida e criteri di selezione degli oggetti, che sono poi integrate di volta in volta nel caso di progetti speciali quali collezioni speciali in “limited edition”, collaborazioni per collezioni *capsule*, solo per citare alcuni esempi.²⁵⁹

Seguendo la stagionalità della moda, e la linearità del tempo scandita dalla produzione, entrano sistematicamente in archivio abiti: la collezione della sfilata di prêt-à-porter, donna e uomo; la selezione delle “precollezioni” (“pre-fall” e “pre-spring”, presentate tra una stagione autunno / inverno e una primavera / estate) pubblicata sulle riviste di settore (come Vogue.com o WWD.com, per citare alcuni esempi); le collezioni di haute couture della linea *Atelier Versace*, e una selezione di capi e accessori effettuata dal direttore artistico per le seconde linee (come *Versace Jeans Couture*). All’interno di ogni collezione per ciascuna delle linee, il criterio di selezione si concentra sul recupero di un prototipo per modello di abito e accessorio presentato in sfilata (per la linea *Atelier*, tutti i prototipi degli abiti presentati entrano in archivio storico e un prototipo per modello di accessorio). Il confronto con il direttore artistico diventa quindi cruciale in una selezione che restituisce la sua visione e il suo progetto. Un confronto che prosegue costantemente anche quando si tratti di “colmare” delle lacune che riguardano abiti e accessori non più in produzione, e mancanti nelle collezioni realizzate tra il 1978 e il 2010, in qual nucleo di abiti e accessori ritrovati nella sede industriale dell’azienda a Novara a partire dal 2011, data di avvio del progetto di costituzione dell’archivio storico. In questo caso l’Heritage department cerca costantemente di ritrovare abiti e accessori da recuperare nel circuito dei collezionisti e delle boutique che vendono abiti vintage, per cercare di ricostruire le collezioni del passato, proponendo l’acquisto al direttore artistico sulla base di criteri specifici (abito o accessorio pubblicato nelle immagini della campagna pubblicitaria, presentato in occasione della sfilata, indossato da “celebrities” e personalità di rilievo o nel contesto di eventi speciali, raffigurato su pubblicazioni aziendali o cataloghi di mostre) per poi acquistarlo con un budget annuale destinato dall’azienda a questo scopo. Con l’ingresso in archivio, i capi e gli accessori sono muniti di barcode con codice identificativo, fotografati (nelle diverse prospettive oltre a foto ravvicinate di dettagli costruttivi o decorativi) catalogati e inseriti a sistema, ricondizionati in collaborazione e grazie al supporto della sartoria del reparto

²⁵⁸ Dress History Conference 2019, “Fashion, Self-Reflexivity and the Question of Inspiration”, The Courtauld Institute of Art, London, 11th May 2019. Ultimo accesso: 3/12/2019
<https://courtauld.ac.uk/event/fashion-self-reflexivity-and-the-question-of-inspiration>

²⁵⁹ Un esempio è rappresentato dalla *capsule collection* “The very best of Versace for H&M”, presentata da Versace nel novembre del 2011, in collaborazione con H&M, marchio di grande distribuzione: edizione limitata di abiti e accessori, donna e uomo, che riprendevano alcuni motivi grafici d’archivio per la stampa su tessuto (le stampe “Miami” della primavera / estate 1993) e il metal mesh.

industrializzazione prodotto a Novara o con la sartoria dell'atelier della sede aziendale di Milano e sottoposti a conservazione, allocati nell'area del magazzino destinata all'archivio storico in coordinamento con il dipartimento Logistica. I processi sinteticamente ricordati aprono a una serie di questioni che presentano aspetti problematici. Nella prospettiva specifica di un archivio di impresa nella moda, i capi e gli accessori dell'archivio storico sono sottoposti costantemente a movimentazione fisica, per diverse esigenze interne ed esterne all'azienda, sempre gestita in tandem con il dipartimento Logistica, a seguito di autorizzazione scritta del direttore artistico e secondo procedure validate dall'azienda, in base alle quali l'Heritage department è centro di coordinamento: studio e ricerca da parte del dipartimento Stile, che di frequente richiede gli abiti da visionare nella sede aziendale di Milano, nella fase di elaborazione creativa della collezione, o in occasione di prove e "fitting" (prova indossata su modella) o di riunioni di coordinamento con la direzione artistica funzionali all'editing della collezione; studio e sviluppo dei modelli per la riproduzione dei prototipi o di specifici dettagli costruttivi o decorativi (ricami, applicazioni, lavorazioni, trattamenti speciali e tecniche di lavorazione del tessuto, stampe su tessuto); riproduzione per le clienti della linea *Atelier Versace* o per "celebrities" e personalità di rilievo funzionali alle attività di marketing e comunicazione; partecipazione a mostre o eventi speciali. Per qualunque attività o processo sia necessaria, la movimentazione sottopone a rischio gli oggetti aprendo a preoccupazioni conservative. Per questa ragione l'Heritage department ha stabilito di implementare l'approfondimento delle questioni conservative [connesse anche alle esigenze di trasporto degli oggetti all'interno e all'esterno delle sedi aziendali] avvalendosi della specifica professionalità di professionisti del restauro e conservazione dei beni culturali, identificati nel team di Opera Laboratori Fiorentini, laboratorio di restauro tessile presso Gallerie degli Uffizi - Museo della Moda e del Costume di palazzo Pitti a Firenze. Simona Fulceri, restauratore di Beni culturali, ha coordinano le fasi di studio e intervento conservativo proponendo una scheda di catalogazione e restauro concordata con il team interno dell'Heritage department e delle specifiche azioni a tutela degli oggetti d'archivio: l'intervento ha previsto la collaborazione tra le persone del team che si occupano delle specifiche attività legate all'archivio abiti e accessori di Novara insieme a una risorsa della sartoria di *Atelier Versace*, impiegata nel ricondizionamento sartoriale dei capi danneggiati o usurati. Collegato a questo intervento, ma indipendente, l'Heritage department ha previsto anche la possibilità di realizzazione di abiti assenti in archivio, appartenenti alle collezioni passate e non presenti in archivio, in collaborazione con i modellisti dell'atelier [le fasi prevedono: creazione del modello e realizzazione del capo finito], cercando di ricostruire la composizione delle collezioni e stabilendo l'ordine delle priorità di scelta dei capi da riprodurre ex novo sulla base degli stessi criteri adottati per l'acquisto degli abiti e degli accessori nei circuiti del vintage o del collezionismo specializzato. La stretta collaborazione tra Heritage department e la sartoria di Atelier, si è rivelata cruciale in diverse attività, come in un caso di prestito di abiti d'archivio per la mostra *Camp: Notes on Fashion*, curata da Andrew Bolton all'Anna Wintour Costume Center, del Metropolitan Museum of Art.²⁶⁰

Nella selezione di oggetti, era compresa una tuta in tulle ricamato con perline e cristalli, decorata con ricami raffiguranti il nome della rivista americana "Vogue" e le copertine originali, della collezione prêt-à-porter donna primavera / estate 1991, indossata in sfilata dalla *supermodel* Christy Turlington, che compare anche nella campagna pubblicitaria scattata da Irving Penn e sulla copertina dell'edizione inglese di "Vogue" (numero di dicembre 1990, foto Patrick Demarchelier). Le operazioni di montaggio del capo su manichino hanno richiesto un intervento congiunto di collaborazione tra il team di conservazione del museo e *première* della sartoria di *Atelier Versace*. Al termine della mostra, Versace ha donato all'archivio del museo la riproduzione della tuta "Vogue" originale, rieditata in occasione della collezione "Tribute" del 2018.

²⁶⁰ si veda *Camp: Notes on Fashion*, a cura di Andrew Bolton, with Karen Van Godtsenhoven e Amanda Garfinkel, The Metropolitan Museum of Art, New Haven and London, Yale University Press, 2019 [catalogo della mostra *Camp: Notes on Fashion*, curata da Andrew Bolton e dall'Anna Wintour Costume Center, The Metropolitan Museum of Art, New York, May 9 - September 8, 2019].

Sempre a tutela degli oggetti d'archivio, è stato avviato il progetto di valorizzazione patrimoniale a scopo assicurativo degli abiti e degli accessori, predisponendo delle schede in cui si attribuisce un valore economico agli oggetti sulla base di una riflessione argomentata che si esplicita nell'attribuzione di un valore monetario: il progetto coinvolge il team dell'Heritage department e l'intervento di un perito riconosciuto e accreditato presso le compagnie assicurative specializzate, individuato in Enrico Quinto, collezionista di moda italiana di fama internazionale.

Enrico Quinto e Paolo Tinarelli hanno fondato la società e lo studio di pubbliche relazioni "Creativitalia" nel 1987, costituendo nel corso degli anni una collezione di abiti e accessori che restituiscono una dettagliata ricostruzione storica degli stili e dei modelli ideati e prodotti dalla moda italiana, dagli anni quaranta del XX secolo a oggi, inserita in progetti di mostre internazionali. La pubblicazione *Italian glamour* restituisce gli oggetti più significativi di questa collezione.²⁶¹

Insieme a Enrico Quinto si è provveduto all'esame del capo (identificato per codice, anno, stagione e linea), organizzando gerarchicamente le informazioni secondo uno schema molto sintetico e di facile consultazione anche per i non addetti:

- a) descrizione (delle caratteristiche fisiche dell'oggetto, in termini strutturali e decorativi)
- b) collezione (in cui si contestualizza l'oggetto nella collezione specifica d'appartenenza e nella dimensione più ampia dell'archivio storico)
- c) caratteristiche e significato (in cui si esplicitano le ragioni dell'importanza dell'oggetto in termini culturali)
- d) pubblicazioni e mostre (gerarchicamente: pubblicazione in campagna pubblicitaria, in servizi fotografici di riviste, indossato da "celebrities", rappresentato in libri o cataloghi, esposto in mostra)
- e) stima economica.

La scheda di valorizzazione economica mantiene una sua autonomia rispetto a quella di catalogazione e conservazione, ma in quest'ultima, più dettagliata e approfondita, è integrato anche il valore economico come informazione ulteriore.

Il processo di valorizzazione si affida alla capacità del perito di contemperare il valore storico, culturale o compositivo e strutturale dell'oggetto, con le quotazioni di mercato che lo stesso o capi assimilabili hanno nel circuito internazionale del collezionismo. Come per le schede di conservazione, il team dell'Heritage department si occupa di fornire informazioni tecniche, documentazione iconografica e bibliografica, per avvalorare il lavoro dell'esperto. L'obiettivo è restituire un valore monetario (e culturale) all'oggetto, e un valore economico al patrimonio aziendale.

Lo stesso spirito ha guidato il processo di conservazione e valorizzazione economica e patrimoniale degli oggetti dell'archivio fotografico, situato nella sede aziendale di Milano: in questo progetto, il team ha lavorato con Silvia Berselli, restauratore e storico della fotografia, che ha diretto il Centro per il Restauro e la Conservazione della Fotografia di Milano, e ha insegnato Restauro della Fotografia all'Accademia di Belle Arti di Brera e Storia e tecnica della fotografia all'università di Udine. In questo caso, lo stesso consulente ha lavorato in qualità di consulente scientifico sia per le operazioni di mappatura e inventariazione dell'archivio fotografico, sia per le fasi successive di conservazione e perizia assicurativa a scopo patrimoniale. Sono state redatte perizie sui fondi dei diversi fotografi rappresentati in archivio, sotto forma di documenti che inquadrano il singolo fotografo sulla base della

²⁶¹ *Italian Glamour. L'essenza della moda italiana dal dopoguerra al XXI secolo: la collezione Enrico Quinto e Paolo Tinarelli*, SKIRA, Milano 2014.

produzione individuale, contestualizzando il lavoro svolto per l'azienda e le diverse tipologie di materiali presenti in archivio, per approdare all'elaborazione di stime che considerano la qualità tecnica del materiale, il suo stato di conservazione, la sua importanza storica per l'azienda e nella più ampia dimensione della storia della fotografia e le quotazioni dei diversi autori nel sistema delle aste internazionali. Le preoccupazioni conservative hanno accompagnato le operazioni di perizia degli oggetti fotografici: il team Heritage, sotto la supervisione di Silvia Berselli, ha provveduto a ordinare arredi e materiali che rispettassero gli standard di conservazione della fotografia, in un intervento che ha considerato anche la regolazione del microclima dell'archivio fotografico, per calibrarli sui parametri riconosciuti per la fotografia. In questa prospettiva, un riferimento fondamentale è stata la pubblicazione *L'archivio fotografico*, della stessa Silvia Berselli, in cui sono dettagliatamente affrontate tutte le questioni conservative relative ai materiali fotografici: dalla scelta di materiali e soluzioni di buste, scatole e contenitori per la conservazione, alle specifiche indicazioni di temperatura, umidità, illuminazione dell'ambiente di storage degli oggetti, fino alla valutazione degli interventi di restauro.²⁶²

In alcuni casi si sono avviate anche operazioni di restauro fotografico sui materiali di maggior valore storico, culturale ed economico. Lo studio e l'analisi dei materiali dell'archivio fotografico, oltre alla messa in campo di azioni di tutela e di valorizzazione, ha costretto a confrontarsi anche con questioni legali come il copyright dei fotografi e l'accertamento della proprietà degli oggetti fotografici in presenza di firme, timbri, annotazioni riportate sulle stampe fotografiche, e la necessità di confronto e collaborazione con la direzione Affari legali dell'azienda, ma che non saranno affrontate in questa sede. Altra questione problematica che l'Heritage department ha cercato di affrontare in collaborazione con la direzione Information-Technology dell'azienda riguarda la dimensione digitale dell'archivio e l'integrazione tra la piattaforma digitale abiti e accessori, con l'archivio fotografico digitale. Le criticità riguardano la restituzione delle informazioni per i singoli oggetti e della loro materialità (abiti, accessori, fotografie, disegni, cartamodelli, ephemera, pubblicazioni, immagini digitali), come integrare a livello digitale le informazioni sui singoli oggetti e come far dialogare le informazioni caricate sulle due diverse piattaforme. Come impostare il database, secondo quali criteri e quali parametri, trattandosi di oggetti con caratteristiche specifiche differenti? Come rendere la piattaforma integrata fruibile da utenti interni (soprattutto se si considerano le diverse attività e processi in cui sono coinvolti e le relative necessità)? Nel 2019 il dipartimento Information-Technology ha proposto all'Heritage department una soluzione applicativa di integrazione identificata in "Chalco Digital Production" (adottata precedentemente per la gestione digitale dell'archivio fotografico), che si propone come modello per la gestione di contenuti digitali "omnichannel" di brand e di prodotto e la conseguente gestione di richieste, e di pianificazione, produzione, monitoraggio, adattamento e distribuzione di contenuti. Un sistema per produrre e gestire contenuti digitali adattato alle specifiche esigenze aziendali.²⁶³

L'Heritage department ha avuto il compito di proporre una bozza di struttura, di categorie e di definizioni, che permettessero il dialogo tra i diversi materiali digitali (le riproduzioni digitali dei singoli oggetti, precedentemente catalogati) per permettere lo sviluppo di una proposta tecnica da implementarsi nel corso del 2020.

262 Silvia Berselli e Lauca Gasparini [a cura di], *L'archivio fotografico*, Bologna, Zanichelli, 2000.

263 Si tratta di un sistema informatico strutturato per la catalogazione, gestione, trasformazione e distribuzione dei beni digitali legati alla comunicazione di brand e di prodotto. Permette di controllare l'intero ciclo di gestione dei contenuti digitali: dal caricamento, catalogazione, elaborazione e distribuzione di beni digitali quali immagini, video, 3D, audio, 360°, disegni, documenti office, documenti professionali, pdf e altre tipologie di materiali legati alla comunicazione di brand e di prodotto. <https://www.hyphen-italia.com/omnichannel-digital-production-management/>

Le "macrocategorie" individuate sono state:

1. Collections (partendo dalla scheda di catalogazione dell'archivio abiti e dell'archivio fotografico)
2. Exhibitions
3. Theater (che documenta la produzione di Versace nella progettazione di costumi per Opera e Balletto)
4. Events
5. Special projects
6. Publications (libri, cataloghi, lookbook, inviti, cartelle stampa)
7. Celebrities
8. Retail
9. Biography
10. Interviews
11. Know-how / Experience / Oral history (in cui si raccolgono testimonianze interne all'azienda attraverso video e interviste alle figure professionali interne, come documentazione del know how specifico, delle esperienze e delle storie aziendali).

Si prevede che ogni categoria dialoghi con le altre e con gli ulteriori contenuti sempre più dettagliati presenti in ognuna, così da poter permettere un attraversamento trasversale dei due archivi integrati su un'unica piattaforma. La complessità delle questioni relative alla dimensione digitale dell'archivio è stata affrontata durante un ciclo di seminari, "Il discorso della moda nel museo", tenuti da Marco Pecorari, the New School Parsons Paris, *visiting professor* IR.IDE Università Iuav di Venezia. Nello specifico, in occasione della lecture "La moda dell'heritage al tempo del digitale" (Badoer, 17 novembre 2019), Pecorari ha approfondito alcuni contributi sulla questione raccolti nella pubblicazione "Critical Studies in Fashion & Beauty": sono state analizzate la dicotomia tra archivi e musei e la dimensione digitale correlata a questioni di accesso e accessibilità dell'heritage; il passaggio e lo spostamento dalla dimensione materiale a quella digitale nelle pratiche di digitalizzazione di un archivio di moda; la nascita di nuove tipologie di *ephemera* e le pratiche utopiche di conservazione dei siti e delle piattaforme digitali dedicate alla moda; l'uso del digitale nelle pratiche di ricerca. Pecorari ha poi passato in rassegna i contributi pubblicati sul journal, come approfondimenti delle problematiche legate agli archivi digitali nella prospettiva di alcune case history e nell'ambito di specifiche ricerche: l'analisi di esperienze e progetti di archivi digitali quali "Europeanafashion.eu" e "We Wear Culture", Google Cultural Institute (Marie Riegels Melchior); l'esame di case study come "Open Fashion", la piattaforma sviluppata dal MoMu (ModeMuseum Provincie Antwerpen) o dell'archivio digitale dell'Armani/ Silos di Armani (Marta Franceschini) oltre a questioni legate all'uso del mezzo digitale nelle pratiche di conservazione museale (Sarah Scaturro).²⁶⁴

Ciò che rileva in questa sede è che il dipartimento Heritage è il filtro tra i dipartimenti che producono contenuti in termini di oggetti, immagini, documenti (Stile, Marketing & Comunicazione, Retail, Legal solo per citare alcuni esempi) e il loro inserimento in ambiente digitale per poi essere analizzati, studiati, schedati e rimessi in circolo su una piattaforma che possa essere fruibile secondo le diverse esigenze. L'archivio digitale diventa dispositivo di condivisione delle immagini dell'oggetto e delle informazioni relative con i fashion designer, nell'ambito

264 Marco Pecorari, 'Fashion archives, museums and collections in the age of the digital', *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 10:1, 2019, pp. 3-29.

Marie Riegels Melchior, 'Digital fashion heritage: Understanding europeanafashion.eu and the Google Cultural Institute's We Wear Culture', *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 10:1, 2019, pp. 49-68.

Marta Franceschini, 'Navigating fashion: On the role of digital fashion archives in the preservation, classification and dissemination of fashion heritage', *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 10:1, 2019, pp. 69-90.

Sarah Scaturro, 'Fashion as an event: Conservation and its digital (dis)contents', *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 10:1, 2019, pp. 113-27.

delle ricerche iconografiche per le collezioni, nella costruzione dei *moodboard*, ma anche per approfondire la conoscenza di dettagli ed elementi costruttivi o decorativi dei capi e degli accessori, che saranno poi riprodotti o rieditati nel processo di creazione di nuovo design. In questo senso il digitale entra anche nel merito delle pratiche conservative perché consente di limitare le movimentazioni fisiche degli oggetti d'archivio, diminuendo il rischio legato a queste.

Oltre alle possibilità in termini di accesso alle informazioni, è forse proprio da un punto di vista conservativo che si delineano nuove traiettorie e nuove strade da approfondire: nel convegno “Fashion Digital Memories”, organizzato da Europea a Venezia nel 2017²⁶⁵ alcuni interventi si sono concentrati sugli aspetti della condivisione delle informazioni, e sulle possibilità di comunicazione offerte dal digitale e dalle piattaforme online come i social network. Timothy Long (Fashion curator, Museum of London) ha affrontato come la tecnologia possa cambiare le modalità di condivisione delle informazioni, a vantaggio dell'approfondimento della ricerca, come leggiamo nell'abstract del suo intervento:

Affordable and portable investigative techniques (e.g. scientific investigations, 2-D and 3-D imaging, time-lapse, digital databases, etc) allow us to collect information, which, up until just a few years ago, could have not been imagined. The digital revolution of the late 20th century has changed the ways in which institutions preserve, exhibit and communicate their knowledge and collections to the experts and the public alike. In just a few years, research has become facilitated by digital archival resources, which allow researchers to study otherwise difficult- to-access information. Importantly, digital technologies have improved the chances for survival of material culture, firstly simply by reducing physical access, but also by providing means for more efficient conservation strategies. As digital data can be easily stored, interrogated and shared, museums and heritage institutions are eventually achieving their goal: information is exchanged, not only provided.²⁶⁶

Altri interventi si sono concentrati sulle possibilità di utilizzare il digitale nella prospettiva del concetto di *preserving*, a scopo conservativo. Sarah Scaturro, (Head conservator, The Costume Institute of the Metropolitan Museum of Art), ha spiegato come le soluzioni offerte dalle tecnologie digitali si siano rivelate fondamentali nelle fasi di analisi degli oggetti e nell'installazione degli stessi in occasione della mostra *Charles James: Beyond Fashion* al Met nel 2014:

The success of the exhibition hinged on the synergistic relationship between technology and fashion object, mediated through knowledge gleaned by the conservation team, who dissected and analyzed all of the garments on display. The conservators' active role in the exhibition's interpretive content was itself unprecedented for the Institute, as they were tasked with not only analyzing how James made his garments, but with translating information gleaned through 3D scanning, x-radiography, 360 photography, and material analyses to the designers, engineers, and computer programmers responsible for the development of the technological exhibition components. The conservators were inspired by the exhibition's successful integration of digital technologies, and thus began explorations into the potential of technology to aid the preservation of Costume Institute's collection. One significant outcome is the completion of an innovative project utilizing 3D scanning to create custom manufactured storage torso forms for Charles James gowns that cannot be hung or stored flat. The success of this project has encouraged the conservation

²⁶⁵ *Fashion Digital Memories*, Europea Fashion Symposium 2017, in collaborazione con Università Iuav di Venezia e The New School Parsons Paris, Venezia 22 - 23 Maggio 2017.

²⁶⁶ Timothy Long, “Trending #Fashionheritage”, intervento presentato in occasione del convegno *Fashion Digital Memories*, Europea Fashion Symposium 2017, in collaborazione con Università Iuav di Venezia e The New School Parsons Paris, Venezia 22 - 23 Maggio 2017.

team to deploy scanning and other digital technologies to preserve other aspects of the Institute's collection, such as synthetic materials.²⁶⁷

A oggi sviluppiamo fotografie degli oggetti per quanto riguarda abiti e accessori ma le possibilità di effettuare scansioni permetterebbero di recuperare la costruzione in termini di modellistica nelle attività che coinvolgono il team Heritage, il consulente per restauro e conservazione e il personale qualificato della sartoria di Atelier. Le considerazioni sin qui svolte portano a rivedere sotto una diversa prospettiva anche i ruoli, le competenze e le caratteristiche specifiche delle figure professionali coinvolte nel lavoro in archivio e nell'ambito dell'Heritage department dell'azienda: l'archivista e l'Heritage manager, figure professionali complementari, si confrontano quotidianamente con attività ed esigenze diverse dei vari dipartimenti, agendo da “facilitatori” nei diversi processi e attività. Nello specifico chi si occupa di Heritage management nella realtà dell'archivio di un'impresa di moda deve saper dialogare con il team interno che si occupa specificamente degli oggetti in esso contenuti (e dei diversi protocolli seguiti per analizzare, catalogare, conservare, digitalizzare e organizzare i materiali) sia con attori esterni all'archivio ma interni all'azienda, che affrontano le ricerche d'archivio secondo prospettive diverse legate a diverse esigenze e necessità: gestire l'archivio di un'impresa di moda implica soprattutto la necessità di leggere il lavoro dei progettisti, nelle forme e nei contenuti, per poterlo gestire, analizzare, organizzare e rimettere in circolo. La funzione delle figure professionali coinvolte nelle operazioni di conservazione, catalogazione, digitalizzazione e attivazione nei processi creativi aziendali e nelle diverse pratiche sono il tramite per riattivare gli oggetti del passato per farli interagire con il presente. Come scrive Caroline Evans, a proposito dell'archivio di abiti e accessori di Isabella Blow, fashion editor inglese e icona della moda internazionale, mentore del fashion designer Alexander McQueen:

In the archive, the clothes that once played such a vital role in busy life hang in long rows, shrouded in white Tyvek garment bags like ghosts on a rail; or they lie like corpses before an autopsy in enormous, specially constructed drawers. [...] But open them up, and the clothes come alive; they begin to tell their stories. In this way, the fashion archive takes you from life to death and back again.²⁶⁸

Queste forme di riattivazione continua dei materiali, hanno coinvolto il team dell'Heritage department e le diverse figure professionali coinvolte, in azioni costanti e parallele che è possibile esemplificare con il richiamo a una performance realizzata da Olivier Saillard, all'epoca curatore Palais Galliera - Musée de la Mode de la Ville de Paris, con l'attrice Tilda Swinton, una riflessione svolta in forma di performance al Palais di Tokyo (*The Impossible Wardrobe*, per il Festival d'Automne 2013) e anche in forma di video. Scrive Saillard, che nel progetto interpreta il ruolo di curatore:

Tilda Swinton's simple and romantic gestures make a treasure out of an ordinary garment. She parades clothes from different ages in the most attractive, restrained manner, even though she never wears them. Lying in her long arms, these legendary garments of century past and present, these delicate “sleeping beauties”, awaken again.²⁶⁹

²⁶⁷ Sarah Scaturro, “Conservation/Explication: The Costume Institute's use of digital technologies for the preservation and interpretation of its Charles James collection”, intervento presentato in occasione del convegno *Fashion Digital Memories*, Europea Fashion Symposium 2017, in collaborazione con Università Iuav di Venezia e The New School Parson Paris, Venezia 22 - 23 Maggio 2017. Il contributo si riferisce al testo “Inherent Vice: Challenges and Conservation”, a cura di Sarah Scaturro e Glenn Petersen, in *Charles James: Beyond Fashion*, The Metropolitan Museum of Art, New York, Yale University Press, New Haven and London, 2014 (catalogo della mostra “Charles James: Beyond Fashion”, a cura di Harold Koda e Jan Glier Reeder, The Costume Institute at The Metropolitan Museum of Art, 8 Maggio - 10 Agosto 2014) pp. 233-249.

²⁶⁸ Caroline Evans, “Materiality, Memory and History: Adventures in the Archive”, in: Alistair O'Neill (a cura di), *Isabella Blow: Fashion Galore!*, London, Rizzoli, 2013, pp. 136-141 (catalogo della mostra *Isabella Blow: Fashion Galore!*, curata da Alistair O'Neill con Shonagh Marshall, Somerset House, Londra, 20 Nov 2013 - 02 Mar 2014).

²⁶⁹ Oliver Saillard, “The Impossible Wardrobe” in *The Impossible Wardrobe*, a cura di Olivier Saillard e Tilda Swinton, Rizzoli International, New York 2015, p. 3.

Nell'analisi di Mario Lupano, leggiamo:

Sia la performance che il video approfittano del contributo di Tilda Swinton che, interpretando la figura di un conservatore, con movimenti ieratici e ospedalieri si aggira nei depositi, e - con le mani inguainate di guanti bianchi - cerca tra gli scaffali, apre le scatole, solleva gli involucri che proteggono e avvolgono i documenti. Swinton interpreta con gestualità rallentata le minuziose attenzioni e la vigilanza clinica dei conservatori, dei ricercatori e dei curatori. Cerca tracce di un'immaterialità, odori, sensazioni, presenze fantasmatiche, indaga cose abbandonate dalle azioni della vita quotidiana. E l'invadente armamentario clinico della conservazione è lo strumento per avvicinare e simultaneamente allontanare la possibilità di intrattenere un rapporto vivificante con i documenti. Swinton e Saillard, ovvero il conservatore e il curatore di mostre - in questo caso di oggetti legati alla moda - esplicitano la difficoltà di rapportarsi pienamente con le opere conservate in archivio.²⁷⁰

Le figure come l'archivista, il conservatore, e chi gestisce le diverse attività di un archivio storico lavorano proprio su questa difficoltà di accesso agli oggetti e ai materiali, nel solco della problematicità del rapporto diretto con questi, nel segmento di collegamento tra l'utente e il materiale oggetto di ricerca, intervenendo spesso anche sulla sua interpretazione e definizione. In questo senso, un'altra ricerca in forma di mostra e di display, risulta emblematica per analizzare tante questioni legate all'uso dell'archivio e al ruolo di chi si occupa di questo. Nel progetto *The Concise Dictionary of Dress*, Judith Clark realizza un'installazione site-specific per esplorare il linguaggio della moda e del mettere in mostra la moda nel contesto della Blythe House, luogo che ospita i depositi del Victoria & Albert Museum di Londra.²⁷¹

Clark interviene in diversi ambienti dell'archivio del V&A, installando abiti, oggetti, immagini in dialogo con questi. Scrive Ingrid Mida a proposito di quella esperienza:

She wanted visitor to 'imagine the archivist or the curator' and 'acknowledge intervention as part of the interpretation' and the result was a highly unusual and theatrical behind-the-scenes museum experience where viewers were challenged to create their own meaning.²⁷²

E ancora, rispetto all'esperienza dei visitatori:

To see this exhibition, visitors had to secure advance security clearance since Blythe House was operating as a working museum facility at the time. Security was tight and this meant that visitors had to leave all bags and purses behind in a locked storage cabinet. [...] as part of group of seven visitors was accompanied through the exhibition by a guide who brandished large rings of keys through the labyrinth of corridors. Talking during the tour was prohibited, and there were frequent reminders to remain silent. [...] Created to invoke wonder, selected objects of fashion were imparted as a conceptual art installation, providing an incomparable and enchanted experience.²⁷³

L'installazione di Judith Clark si incentrava anche e soprattutto su un set di definizioni analizzate attraverso specifici interventi nell'archivio del V&A: i concetti presi in esame, come 'armoured', 'comfortable', 'conformist', 'creased', 'essential', 'fashionable', 'loose', 'measured', 'plain', 'pretentious', 'tight', trasformati in display e in *visual narratives* di testi e oggetti, erano affidati alla lettura del visitatore, volutamente ambigui e pronti a essere scomposti e ricomposti in molteplici interpretazioni. In un articolo pubblicato su

Domusweb.it, Maria Luisa Frisa affronta l'esperienza di quella mostra, in un'analisi che si presta a mettere in luce aspetti fondamentali per la lettura dell'archivio e del suo attraversamento critico. Gli oggetti e le relazioni tra essi raccontano storie individuali e contribuiscono a raccontarne una comune, che fa da sfondo e li collega. Oggetti che in un archivio sono collocati in luoghi e spazi diversi, possono generare nuovi contenuti, e nuove riflessioni. Assemblati e riconfigurati in modi diversi possono provocare interrogativi, senza necessariamente risolverli: come le installazioni alla Blythe House, gli oggetti in archivio possono apparire come visioni, e incarnarsi in definizioni che sono frutto di interpretazioni differenti. Scrive Frisa:

Il dizionario incontra l'archivio e lo attraversa, per rivelarne le potenzialità. Archivio che non è più solo un luogo fisico, e che si rivela in quanto spazio concettuale, dove citazioni, riferimenti, ossessioni da collezionista, parole, oggetti e immagini entrano in cortocircuito dando vita a racconti inediti e inattesi. Archivio come costellazione, come meccanismo che funziona proprio perché mette costantemente in discussione il proprio ordine, inventando altre regole. Archivio come l'Atlante Mnemosyne di Aby Warburg, chiaro riferimento che muove il progetto e che viene evocato in modo diretto dall'installazione che accompagna la definizione di "essenziale". Il processo di definizione di un abito può diventare un dispositivo per raccontare le storie, e soprattutto per riflettere su come si raccontano le storie.²⁷⁴

Sul tema dell'archivio, Gabriele Monti mette in risalto come l'archivio sia un luogo importante per chi studia la moda. Nel catalogo della mostra *Elda Cecchele in forma di tessuto* (curata da Maria Luisa Frisa) partendo dall'analisi dell'archivio di Elda Cecchele, tessitrice veneta che aveva lavorato per storici marchi di tradizione italiana quali Roberta di Camerino e Ferragamo, cita l'esempio della mostra "Backstage" e del catalogo che aveva accompagnato l'inaugurazione della nuova sede del MoMu, museo della moda di Anversa. Nel catalogo si afferma l'importanza anche simbolica del luogo in cui sono conservati oggetti e testimonianze della cultura progettuale della moda e la sua connessione con il mondo della ricerca (nel caso del MoMu il Flanders Fashion Institute), identificando in conservazione e ricerca i due motori principali dell'archivio. Nello stesso saggio, Monti cita Kaat Debo, in veste di direttore del MoMu, nell'introduzione di *Backstage* esplicita che l'archivio è un contesto, in cui collocare la moda e i suoi oggetti ma anche e soprattutto riflessioni sui suoi processi e le sue pratiche.²⁷⁵

Scrive Monti:

Attraverso il museo e i suoi depositi, la moda rivela la sua indole da archivista: l'ossessione di raccogliere elementi disparati, anche in modo disordinato, per poi mescolarli, scomporli, riassettarli in modi inediti.²⁷⁶

In questa prospettiva, occuparsi di un archivio significa accompagnare l'attraversamento dello stesso nella lettura dei suoi oggetti, con un ruolo di supporto di questa esperienza. Può rappresentare un ponte di collegamento tra il "visitatore" e gli oggetti, un tramite per differenti letture degli stessi materiali che lo compongono. Attraversare lo spazio dell'archivio, nel caso di un archivio di un'azienda di moda, significa anche riflettere sul racconto dello stesso, e delle mille storie che possono essere raccontate e sul come raccontarle. In questo senso molti marchi hanno avviato politiche di costituzione di musei aziendali, istituzioni e fondazioni che celebrano il brand in progetti che integrano azioni di marketing e comunicazione con pratiche legate al

270 Mario Lupano, "L'archivio in mostra: materialità documentaria e dispositivo visionario", in *Archivi e Mostre / Archives and Exhibitions*, atti del primo convegno internazionale *Archivi e Mostre* (organizzato dalla Biennale di Venezia - ASAC, nell'ambito della 13. Mostra Internazionale di Architettura, con la collaborazione della Soprintendenza Archivistica per il Veneto, 20-21 ottobre 2012, Teatro Piccolo Arsenale, Venezia), Venezia, La Biennale di Venezia, 2013, pp. 206-221.

271 Judith Clark e Adam Phillips, *The Concise Dictionary of Dress*, London, Violette Editions, 2010 [catalogo pubblicato in occasione della mostra "The Concise Dictionary of Dress" a cura di Judith Clark e Adam Phillips su commissione di Artangel, in collaborazione con il Victoria & Albert Museum, Blythe House, Londra, 28 Aprile - 27 Giugno 2010].

272 Ingrid Mida, "The Enchanted Spectacle of Fashion in the Museum." *Catwalk: The Journal of Fashion, Beauty and Style*, vol. 4, no.2, 2015, pp. 47-70. p. 53

273 Ivi, pp. 53-54.

274 Recensione di Maria Luisa Frisa alla mostra *The Concise Dictionary of the Dress*, pubblicata su *Domusweb.it*, in data 04 / 06/ 2010, ultimo accesso: 27/11/2019. <https://www.domusweb.it/it/design/2010/06/04/the-concise-dictionary-of-dress.html>.

275 Debo K., *Backstage. A Fashion Museum, in Selection I:Backstage*, catalogo della mostra [Antwerpen, ModeMuseum, 21 settembre 2002 - 16 febbraio 2003], Ludion, Antwerpen-Gent 2002, pp.11-18

fashion curating. Per fare il punto sulle diverse politiche e i diversi approcci all'heritage da parte dei brand, nel 2019 European ha organizzato una conferenza a Londra, in cui sono stati presentati casi aziendali come Dior, Zegna, Westwood, Missoni, raccontati dai responsabili dei diversi Heritage department e archivi aziendali, per fare il punto sulle pratiche ed esperienze, dialogando con rappresentanti di realtà accademiche e di museali internazionali.²⁷⁷

Nell'ultimo capitolo della recente pubblicazione (2019) *Fashion, History, Museums: Inventing the Display of Dress* di Julia Petrov²⁷⁸, si affrontano i casi in cui marchi del lusso e storiche *maison* abbiano investito nell'exhibit con diverse finalità ed esiti. È il caso di *couture houses* che celebrano e promuovono il loro heritage attraverso mostre nei contesti museali, organizzando mostre di moda itineranti o dando in prestito abiti d'archivio alle *celebrities* per eventi e *red carpet*. Alcuni archivi sono stati organizzati come musei privati come parte delle strategie di "corporate brand image", o per volontà del fondatore dell'azienda. I grandi marchi internazionali della moda spesso promuovono mostre costruite sul display dell'archivio in contesti museali, affidate allo sguardo di curatori indipendenti, approfittando delle minori restrizioni in termini conservativi, subite dagli oggetti che fanno parte delle collezioni pubbliche. Queste mostre autogestite, sono spesso prodotte per amplificare la visibilità del *brand*, e consentire l'accesso a oggetti storici, frutto di specifiche abilità artigianali e di tradizioni proprie, che altrimenti pochi privilegiati potrebbero vedere. Riguardo questa modalità di "ri-uso" dell'archivio, che è parte delle logiche produttive del sistema della moda, l'autrice cita Mackie in questi termini: "in recalling its own past, fashion becomes its own museum of style".²⁷⁹

Petrov fa riferimento poi all'esperienza del "Gucci Garden" a Firenze (2018), museo d'impresa dello storico marchio, evoluzione del progetto "Gucci Museo" fondato nel 2011, rivisto dal nuovo direttore artistico Alessandro Michele e in cui accanto a gli spazi dedicati a una boutique di prodotti, un bookstore e un ristorante, convivono le gallerie in cui il display dei materiali d'archivio è affidato allo sguardo curatoriale di Maria Luisa Frisa, e in cui gli oggetti sono continuamente riorganizzati per temi che richiamano l'immaginario e la storia del brand, dialogando con le collezioni contemporanee.

Nell'immaginare il futuro dell'archivio Versace, è ipotizzabile che possa essere organizzato secondo le caratteristiche di un museo d'impresa, dopo essere stato prima oggetto di un progetto specifico (2011), poi delle diverse attività di un dipartimento interno dedicato (2015), come evoluzione di una vicenda che la ricerca condotta in questa sede ha cercato di ricostruire. Ci sono elementi da approfondire in termini progettuali, che emergono dalla analisi della storia aziendale, che è fatta di tradizioni e di idee. Ci sono tutti gli elementi che possono portare a immaginare un luogo, fisico e ideale (come l'archivio), in cui mettere in atto azioni diverse, in cui accanto a strategie di marketing e comunicazione possano convivere spazi di ricerca e momenti di riflessione sulla moda. Esperienze pionieristiche come *Gianni Versace: L'abito per pensare* del 1989, possono portare a immaginare che altre occasioni di studio e di analisi insieme a nuovi attraversamenti critici dell'archivio, possano indicare nuovi percorsi. Riflettendo sul complesso sistema di valori, messaggi, simboli, che si traducono nei codici estetici del *brand* e sul ricchissimo patrimonio di storie, idee, oggetti, immagini e progetti, come elementi del suo DNA.

277 EFHA International Conference 2019, "Fashion and the Politics of Heritage", London College of Fashion, University of the Arts London, 8-9 November 2019, in collaboration with University of the Arts London, Università Iuav di Venezia, The New School Parsons Paris.

278 Julia Petrov, "The New Look: contemporary trends in fashion exhibitions", in *Fashion, History, Museums: Inventing the Display of Dress*, London, Bloomsbury, 2019, pp. 185-198.

279 E. Mackie, "Fashion in the Museum: An Eighteenth-Century Project" in D. Fausch and P. Singley (a cura di), *Architecture: In Fashion*, 314-242, New York, Princeton Architectural Press, 1996, p.337.

L'analisi condotta in questa sede ha affrontato il tema dell'archivio d'impresa nel fashion design, nella prospettiva degli studi di moda, per riflettere sulle metodologie, sulle problematiche e le prospettive di ricerca che in quest'ambito si presentano.

Lo studio è stato condotto nella duplice veste di ricercatore in ambito accademico e di responsabile dell'*Heritage department* Versace, dipartimento interno aziendale che si occupa della tutela e della valorizzazione dell'archivio storico di Versace, azienda italiana fondata da Gianni Versace nel 1978, presa in considerazione come *case history* per riflettere sulle azioni e le politiche di tutela e valorizzazione dell'archivio storico.

La tesi si inserisce nel dibattito sulla tendenza al recupero delle fonti primarie e degli archivi come strumenti di studio, come messo in evidenza nel numero "Storie di design attraverso e dalle fonti" della rivista dell'Associazione italiana storici del design, *AIS/Design: Storie e Ricerche*, n.10, a cura di Raimonda Riccini, Fiorella Bulegato, Maddalena Dalla Mura, e Carlo Vinti. La ricerca risulta anche una riflessione sul ruolo della soggettività nell'affrontare questioni attinenti alla storia del design, come evidenziato da Kjietil Fallan e Grace Lees-Maffei in "It's personal: subjectivity in Design History" (*Design and Culture*, vol. 7, issue1) che sottolinea il valore della soggettività nell'ambito metodologico degli studi di design. Questa metodologia dialoga con l'idea che il rapporto tra soggetto e oggetto di studio è sottoposto a variabili diverse, e che questa consapevolezza può portare a nuove prospettive di indagine mediando tra l'autorità oggettiva dell'accademia e l'esperienza soggettiva del ricercatore, mentre studia oggetti che, a loro volta, "parlano". L'idea di questo lavoro è proprio quella di orchestrare il dialogo tra la prospettiva interna di un archivio aziendale (visto esattamente per quello che è: un archivio aziendale, non una collezione, non un museo) e i temi dei *Fashion studies* (il rapporto con l'heritage, su tutti). Oltre a confrontarsi con la dimensione teorica però, questo lavoro ha voluto riflettere anche sulle pratiche di fashion design, in cui l'archivio entra in gioco come risorsa per la progettazione di nuovi oggetti e nel caso della moda, di nuove collezioni di abiti, accessori oltre che di immagini, in termini di ri-edizione del passato, e di *postproduzione*: la postproduzione è una pratica ben nota all'arte contemporanea e particolarmente affine alla moda, dove la necessità di scandire il tempo presente passa spesso attraverso un utilizzo delle forme del passato.

La tesi si articola in tre capitoli.

Il primo si concentra sull'analisi degli snodi fondamentali che si sviluppano attorno all'archivio, evidenziando come il movimento centripeto e centrifugo che lo caratterizza intercetti alcune specificità della moda.

Il secondo capitolo declina queste stesse caratteristiche nell'ambito del museo d'impresa, dove le problematiche dell'archivio sono guardate rovesciando il punto di vista: patrimonio aziendale e fulcro di strategie di innovazione e comunicazione del marchio, in un'ottica di brand heritage.

Infine, il terzo capitolo tratta dall'interno il caso studio dell'archivio storico Versace. Nato come progetto del dipartimento "Information Technology" dell'azienda nel 2011, si è sviluppato nell'istituzione nel 2015 di un "Heritage department" dedicato allo studio, alla conservazione e alla valorizzazione dell'archivio, oltre che alla gestione di moltissime attività che riattivano i materiali d'archivio nelle pratiche di fashion design e in quelle di comunicazione. L'Archivio Versace è un patrimonio ricchissimo di idee, informazioni e documenti importanti non solo per la azienda ma rilevanti a livello italiano e internazionale, così come la storia del progetto Versace che tiene insieme fashion design, fotografia, cultura pop, produzione per il teatro e pratiche curatoriali nella moda attraverso le mostre, le pubblicazioni e i progetti editoriali realizzati in oltre quarant'anni.

Un punto fondamentale dell'analisi condotta nel terzo capitolo è l'analisi dell'esperienza della mostra *Gianni Versace. L'abito per pensare*, curata da Nicoletta Bocca e Chiara Buss al Castello Sforzesco di Milano nel 1989. Le schede di catalogazione degli oggetti e dei materiali esposti in quella mostra, sono state considerate come riferimento per lo studio degli oggetti dell'archivio e per l'elaborazione di modelli di schede di catalogazione e conservazione create insieme al team di restauro tessile delle Gallerie degli Uffizi-Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti. La mostra del 1989 al Castello Sforzesco, si rivela ancora oggi un esempio importantissimo di approccio specifico e scientifico allo studio della moda, precisando anche come il dispositivo della mostra di moda si configuri come strumento di indagine, analisi e riflessione progettuale e apra a considerazioni su come raccontare la moda, le sue storie, i suoi oggetti e le relazioni tra questi. *Gianni Versace. L'abito per pensare* conferma questa sua valenza anche nelle recenti ricerche condotte da Maria Luisa Frisa in occasione della mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, curata da Frisa, con exhibition making di Judith Clark, al Museo Poldi Pezzoli di Milano (21 febbraio - 4 maggio 2020), in collaborazione con il Dipartimento di Culture del progetto, Università Luav di Venezia e con il Centre for Fashion Curation, University of the Arts London. In *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, Gabriele Monti individua negli esiti del progetto al Castello Sforzesco, i risultati di un dibattito sviluppato in Italia nel corso degli anni Ottanta, avviato dalla mostra *1922-1943: Vent'anni di moda italiana*, curata da Grazietta Butazzi, con il coordinamento di Alessandra Mottola Molino (Milano, Museo Poldi Pezzoli, 5 dicembre 1980 - 25 marzo 1981), riflessione che ha impostato interrogativi centrali sullo statuto culturale della moda italiana, e per la definizione della moda stessa come disciplina. Il senso della ricerca condotta in questa sede risiede nell'aver recuperato la mostra *Gianni Versace. L'abito per pensare*, ancora poco studiata e che l'azienda stessa aveva dimenticato, come proposta per le attività aziendali: i risultati delle ricerche alla base di quell'esperienza hanno fornito concrete soluzioni e indicazioni di studio e di metodo, per organizzare, schedare, conservare gli oggetti dell'archivio storico. La tesi ha anche una connotazione progettuale, proponendo una formulazione di scheda d'archivio che funga sia da strumento di catalogazione che da documento per la conservazione, integrando anche i dati attinenti alla valorizzazione assicurativa a scopo patrimoniale sia per i materiali dell'archivio abiti che per quelli dell'archivio fotografico, con l'obiettivo di condividere tutte le possibili informazioni per garantire la loro tutela. Lo scopo della tesi è stato anche quello di sperimentare la possibilità di portare avanti azioni in sinergia tra mondo aziendale e ricerca in ambito universitario, per sottolineare la necessità di costruire progetti aziendali sostenuti dalla ricerca accademica, un territorio ancora molto aperto, proprio come la dimensione della ricerca e quella dell'archivio nel caso specifico. Una delle caratteristiche di quest'ultimo, evidenziate, tra gli altri, da Michel Foucault e da Umberto Eco, è proprio la sua tendenza all'infinito: non è mai un sistema chiuso e si presta continue rimodulazioni. L'archivio è un organismo vivo che non è mai dato una volta per tutte è inevitabilmente portato a evolversi e a ripensarsi. Appare evidente, quindi, che nemmeno la ricerca affrontata in questa tesi può avere la presunzione di ritenersi "conclusa". In questo lavoro si è cercato di ricostruire la complessità dell'archivio, inteso come luogo fisico e ideale, (adottando soprattutto le riflessioni di Pierre Nora e Jacques Derrida) in relazione alle specificità delle esigenze di un'azienda di moda, mettendo in dialogo istanze culturali, accademiche, progettuali e aziendali. Abbiamo visto come l'archivio cambia in molti modi: l'accumulo di materiali in continua produzione in un'azienda ancora attiva costringe a rivedere costantemente le dinamiche del flusso in entrata. Allo stesso tempo, però, l'archivio deve rispondere anche a continue sollecitazioni che arrivano in uscita: dai vari attori interni all'azienda stessa e da studiosi. L'archivio eredita e ispira l'identità del brand, in un flusso continuo e bilaterale. Il principio della selezione resta necessario e inevitabile, sia per questioni pratiche ma anche ontologiche: conservare indiscriminatamente tutto, equivale a non conservare niente. Il problema è cosa conservare: il digitale porta nuove possibilità, ma, come

sottolineato nel paragrafo dedicato, a sua volta apre a nuove domande e nuove sfide. Ma lo snodo è anche *come* conservare e catalogare: nel caso di un'azienda di moda questo processo risulta particolarmente delicato e importante: il modello archivistico tradizionale non è da solo sufficiente a restituire tutta la complessità dell'oggetto di moda. L'"oggetto" di moda è particolarmente evanescente e multidimensionale, il suo "senso" è disseminato tra cultura materiale e immateriale e rimbalzato in risonanze continue, per cui l'archivio deve essere attraversabile attorno a queste traiettorie di rimandi. Ogni archivio rappresenta inevitabilmente una visione parziale, che andrà configurata in modo tale da funzionare con altre visioni di parte, di chi avrà bisogno di consultarlo. Il processo di catalogazione e archiviazione perfetto non esiste e non può esistere, ma deve posizionarsi in un *terrain vague* che oscilli tra precisione ossessiva e possibilità interpretativa. Un oggetto in archivio non è solo un oggetto fisico che occupa uno spazio fisico; è anche un oggetto virtuale che occupa spazi virtuali, che sfuggono alla misurazione e alla catalogazione. Bisogna restituire l'idea che un oggetto in archivio non è solo la fotografia di quello che esso è in quel preciso momento storico, ma bisogna anche riuscire a evocare e comunicare con gli "spettri", come direbbe Judith Clark: le vite parallele degli oggetti, ciò che avrebbero potuto essere o che potrebbero ancora essere. L'*oggetto* in archivio è anche un *soggetto*. Le storie più interessanti dell'archivio sono quelle che ancora non sono state raccontate e gli spazi da esplorare sono quelli delle tracce ancora non percorse; queste possono emergere, del tutto inaspettatamente, per puro caso. Ed è per questo che l'archivio deve essere pensato e organizzato come la risposta a una domanda che ancora non si è in grado di formulare. George Martin, storico arrangiatore dei Beatles, raccontava che John Lennon spesso gli chiedeva arrangiamenti che "suonassero come un'arancia", o dove si possa "sentire odore di segatura": la posizione di un archivista di moda è per certi versi, molto simile. Spesso il designer che ha bisogno di consultare l'archivio non sa esattamente cosa chiedere, perché nemmeno lui sa cosa sta cercando. Il processo creativo, infatti, non è quasi mai lineare. Proceede a intermittenza, a volte rallenta o si inceppa, indugia e a volte si risolve in accostamenti inattesi: così, potrebbe succedere che cercando riferimenti a una certa "atmosfera" ci si concentri su materiali che possiedono determinate caratteristiche e si venga illuminati da tutt'altro. La figura dell'archivista di moda e del manager di un archivio storico di un'azienda di moda, deve essere dotato di uno sguardo obliquo, che sappia attraversare il patrimonio aziendale adottando punti di vista eccentrici. Deve essere un filologo, profondo conoscitore del materiale conservato, ma anche un *medium* capace di attivare connessioni inattese, e uno scienziato, che sappia preservare e interpretare il codice genetico del brand in maniera che continui a riprodursi, mutando a seconda delle necessità. Deve essere un interprete che sappia tradurre gli schemi sintattici dei processi archivistici in lingua parlata dai designer ma anche un visionario, che sappia identificare l'oggetto non solo per quello che è, ma anche ciò che potrebbe essere; che sappia ascoltare le voci dell'oggetto "parlante", anche nei silenzi di ciò che non ha (ancora) detto.

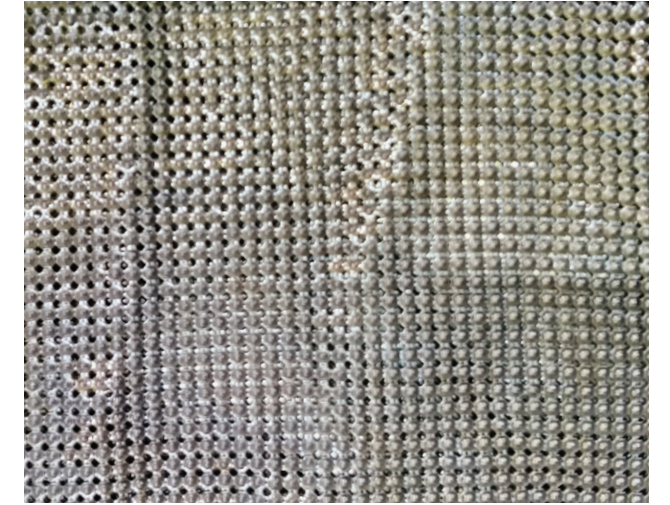


CODICE	AS0540 / A001003 / A1091
OGGETTO	Abito femminile
N° COMPONENTI LOOK	1
Cod.1	
Cod.2	
COLLOCAZIONE	
Archivio	Gianni Versace S.r.l., Via G. Belletti, 4/d 28100, Novara
Specifica	MAS-B Archivio storico
COLLEZIONE	
Stagione	1982 AI
Raggruppamento	Prêt-à-porter
Designer	Gianni Versace

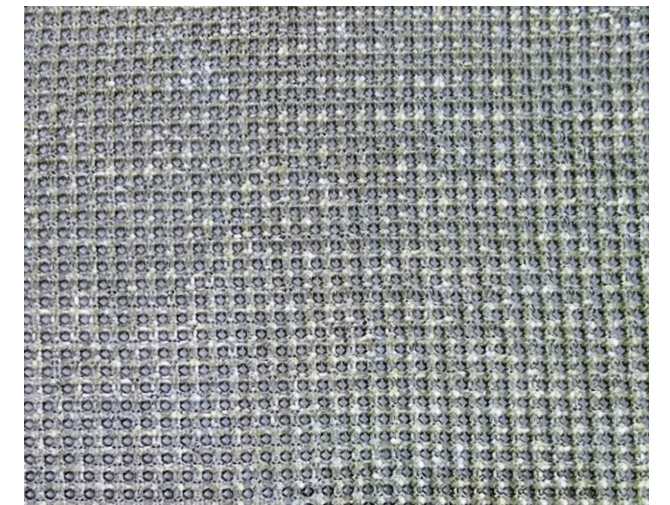


ETICHETTA	
CATEGORIA	Etichetta d'identificazione aziendale / Modello articolo
	L'etichetta originale "Gianni Versace" è stata sostituita con un'etichetta più recente, come documentato nella foto
DATI TECNICI	
MISURE	Abito Lunghezza max: 124 cm Larghezza max: 36 cm
TAGLIA	
COLORE	Bronzo
MATERIALE	Maglia ad incastro di elementi metallici, denominata commercialmente "oroton". La maglia è composta da tondelli ottagonali acuminati sulla faccia anteriore e da stelle a quattro punte sul verso. Ogni tondello è unito all'altro tramite anelli che dal retro si agganciano meccanicamente alle punte.
Nota	Manifattura: "Atelier Friedrich Münch"

Foto tecniche



Fronte



Retro

ELEMENTI DECORATIVI	
TRATTAMENTI SPECIALI	Tecnica d'assemblaggio compatta e coprente. La maglia risulta più pesante e meno flessibile rispetto alla produzione successiva.
ELEMENTI STRUTTURALI	Cinturini di proflatura in pelle nei toni del colore dell'abito.
ELEMENTI INTERNI	Fascia di sostegno in tessuto impunturato color marrone e stecche in plastica. Cinturini di proflatura in pelle color bronzo.
FODERA	

DESCRIZIONE

Abito in "oroton" color bronzo. Modello sottoveste con chiusura incrociata sul fianco sinistro e taglio in vita. Scollatura sovrapposta a portafoglio sul davanti e profonda sul dietro a scoprire la schiena. Décolleté sostenuto da spalline in pelle in tinta che dal seno si congiungano sul centro dietro. Gonna dritta con apertura laterale.

ACCESSORI**DOCUMENTAZIONE**

DISEGNO

FOTO CAMPAGNA PUBBLICITARIA



Modella: Gia Carangi, foto di Richard Avedon

FOTO SFILATA



FOTO MODELLO/O

Mounia Orosemane

FOTO EDITORIALS

FOTO CELEBRITIES



Ornella Vanoni, pap donna autunno / inverno 1982, foto Bob Krieger, pubblicata in *Gianni Versace: dialogues de mode. Des photographes autour d'une creation*, Electa, Milano 1986 [Catalogo della mostra: "Gianni Versace: dialogues de mode. Des photographes autour d'une creation", Mois de la Photo 1986, Paris Audiovisuel, Palais Galliera, Musée de la Mode et du Costume, Paris, 23 Octobre 1986-4 Janvier 1987] p.88

Copertina Amica Anno XXI, n. 38, 21 settembre 1982. Ornella Vanoni in abiti Gianni Versace, pap donna autunno / inverno 1982. Foto Bob Krieger

LINK

Video "Gianni Versace Autumn Winter 1982, 1983 Milan, 2 of 2 PAP Woman by Canale Moda", 30 aprile 2020:
<https://www.youtube.com/watch?v=Uy090lsbdbg>

BIBLIOGRAFIA : Catalogo pubblicitario Versace Donna P&P, A/I 1982/83

La moda italiana (vol. I): Le origini dell'Alta Moda e la maglieria; (vol II): Dall'antimoda allo stilismo, a cura di Gloria Bianchino, Grazietta Butazzi, Alessandra Mottola Molino, Arturo Carlo Quintavalle, Electa, Milano 1987

Gianni Versace: dialogues de mode. Des photographes autour d'une creation, Electa, Milano 1986 [Catalogo della mostra: "Gianni Versace: dialogues de mode. Des photographes autour d'une creation", Mois de la Photo 1986, Paris Audiovisuel, Palais Galliera, Musée de la Mode et du Costume, Paris, 23 Octobre 1986-4 Janvier 1987] p.

Gianni Versace. L'abito per pensare, a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Arnoldo Mondadori Editore Arte, Milano 1989 [Catalogo della mostra: Castello Sforzesco - Sala della Balla, Milano, 14 aprile - 21 maggio 1989] p. 68, 69, 329

MOSTRE ED ESPOSIZIONI

Gianni Versace. L'abito per pensare, a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Arnoldo Mondadori Editore Arte, Milano 1989 [Catalogo della mostra: Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989]

Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001, a cura di Maria Luisa Frisa, Stefano Tonchi, Gabriele Monti, Palazzo Reale Milano dal 22 Febbraio 2018 al 6 Maggio 2018

CONSERVAZIONE

STATO DI CONSERVAZIONE GENERALE

La valutazione tecnica evidenzia problematiche che coinvolgono sia l'aspetto conservativo che strutturale dell'abito. Le parti più degradate e fragili sono le sottili spalline in pelle, maggiormente sollecitate dal peso della maglia metallica. L'analisi dei danni suggerisce interventi di conservazione preventiva.

CAUSE DEL DEGRADO

Usura e conservazione non idonea.

STATO DI CONSERVAZIONE DEGLI ELEMENTI DECORATIVI

Parziale perdita della doratura nei cinturini di profilatura e nelle spalline in pelle.

STATO DI CONSERVAZIONE DEGLI ELEMENTI INTERNI

I cinturini in pelle tendono a sollevarsi dal fondo. Nel sostegno interno del giro vita si segnala la rottura di una stecca.

STATO DI CONSERVAZIONE DEGLI ACCESSORI

DIAGNOSI

DEPOSITI DI PARTICELLATO ATMOSFERICO O MATERIALE DI VARIA NATURA

Leggero strato di particellato superficiale

MACCHIE E ALONI

Presenza di piccoli depositi di sporco e macchie scure sul davanti.

ATTACCO BIOLOGICO

ALTERAZIONI CHIMICHE DEI COLORANTI

Abbassamento del tono di colore dovuto alla degradazione fotochimica.

PROCESSO DI DISIDRATAZIONE

PROCESSO DI OSSIDAZIONE

Attenuazione della brillantezza originale del metallo.

ABRASIONI\CONSUZIONI

Consumzione degli elementi in pelle.

LACERAZIONI\LACUNE\ TAGLI\STRAPPI\FORI

Sul centro davanti alcune maglie tendono a staccarsi dal fondo. Particolarmente degradati i lacci delle spalline. Il sostentamento di entrambe continua ad essere intensamente sollecitato dal peso della maglia metallica. Da segnalare la fragilità dei punti di tenuta, ormai prossimi alla rottura.

INTERVENTI PRECEDENTI

Ambedue le spalline presentano restauri precedenti realizzati con punti di rinforzo nelle zone di maggior tensione e supporti in pelle incollati sul retro.

MODIFICHE SARTORIALI

SEGNALARE SE LO STATO DI CONSERVAZIONE COMPROMETTE LE OPERAZIONI DI RESTAURO

PROVVEDIMENTI DI TUTELA	
PROPOSTA DI INTERVENTO DI MANUTENZIONE	Micro-aspirazione delle superficie con schermi protettivi.
PROPOSTA INTERVENTO DI RESTAURO	Consolidamento delle zone degradate e realizzazione di nuove spalline, da cucire in posizione sottostante a quelle originali.
PROPOSTA INTERVENTO ESPOSITIVO	Per una conservazione preventiva in fase espositiva, si raccomanda una limitata movimentazione e l'utilizzo di busti o manichini che rispettino le misurazioni sartoriali dell'abito.
INTERVENTI OPERATI	In occasione della mostra "Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001", Palazzo Reale Milano dal 22 Febbraio 2018 al 6 Maggio 2018 è stato adottato un intervento conservativo mirato ad attenuare le tensioni causate dal peso della maglia metallica. Il metodo ha richiesto supporti in velcro fissati direttamente sull'abito e sul manichino: la faccia "femmina" del velcro è stata applicata a cucito nei punti più resistenti dell'abito (giro vita e scollo) mentre la faccia "maschio" è stata fissata sul manichino in corrispondenza delle stesse zone. Una volta predisposto l'abito sul manichino, le due facce del velcro sono state congiunte insieme per sostenere parte del peso ed allentare le tensioni sulle spalline.
IMMAGAZZINAMENTO	
ESPOSIZIONE VERTICALE	L'abito è conservato appeso in gruccia protetto da custodia in tessuto.
ESPOSIZIONE ORIZZONTALE	
N. ABITI PER CONTENITORE	1
OSSERVAZIONI CONCLUSIVE	Le tensioni causate dall'ingente peso della maglia metallica compromettere l'attuale stato conservative dell'abito. Per una conservazione preventiva si consiglia un'accurata e limitata movimentazione, la disposizione orizzontale all'interno di scatole in cartone "acid-free", strati e imbottiture protettive in materiale idoneo alla conservazione.

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE	Le tensioni causate dall'ingente peso della maglia metallica compromettere l'attuale stato conservative dell'abito. Per una conservazione preventiva si consiglia un'accurata e limitata movimentazione, la disposizione orizzontale all'interno di scatole in cartone "acid-free", strati e imbottiture protettive in materiale idoneo alla conservazione.
COMPILATORE SCHEDA	Simona Fulceri <i>Restauratore di Beni Culturali</i> per OPERA LABORATORI FIORENTINI presso il Laboratorio di Restauro Tessile, GALLERIE DEGLI UFFIZI, Museo della Moda e del Costume Palazzo Pitti, Firenze
DATA ANALISI CONSERVATIVA	3 /10/2018
VALORIZZAZIONE ASSICURATIVA / PATRIMONIALE	EURO: ----



Foto conservative scattate in archivio storico da Simona Fulceri, Restauratore di Beni Culturali per OPERA LABORATORI FIORENTINI presso il Laboratorio di Restauro Tessile, GALLERIE DEGLI UFFIZI, Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti, Firenze

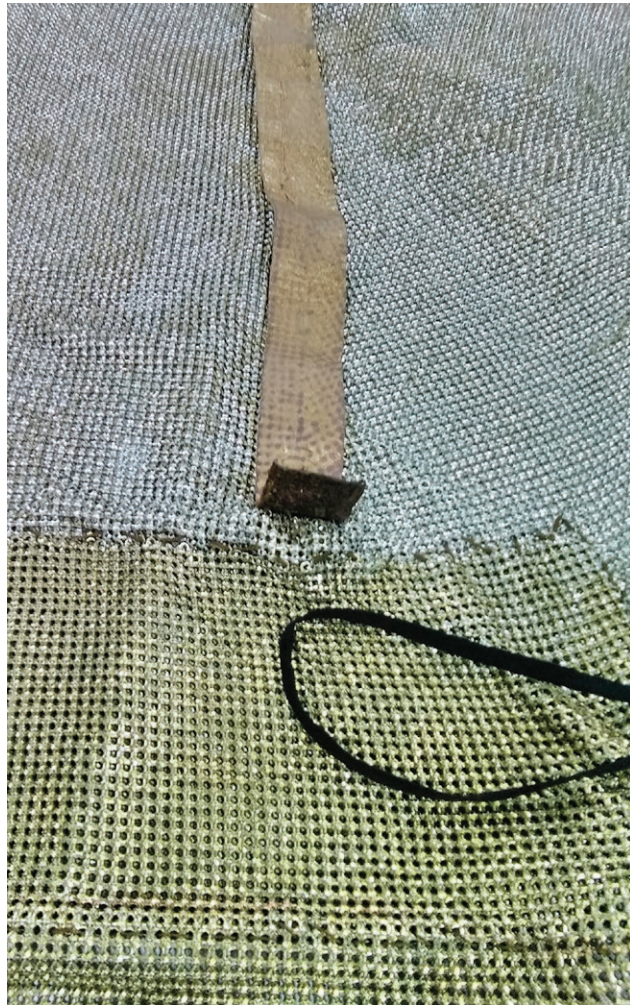


Foto conservative scattate in archivio storico da Simona Fulceri, Restauratore di Beni Culturali per OPERA LABORATORI FIORENTINI presso il Laboratorio di Restauro Tessile, GALLERIE DEGLI UFFIZI, Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti, Firenze

p. 129

Immagine della copertina del catalogo *Gianni Versace: L'abito per pensare*, a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Arnoldo Mondadori Editore Arte, Milano 1989 [Catalogo della mostra: "Gianni Versace: L'abito per pensare", a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989].



Immagine dal catalogo *Gianni Versace: L'abito per pensare*, a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Arnoldo Mondadori Editore Arte, Milano 1989 [Catalogo della mostra: "Gianni Versace: L'abito per pensare", a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989] p 69.

Le schede di Nicoletta Bocca sugli abiti e i disegni, affiancano alla descrizione storico-fisica dei pezzi (misure, date, materiali documentati, iscrizioni, dati d'archivio) un'analisi storico-critica che restituisce le ragioni estetiche, produttive e le scelte stilistiche, inquadrando i singoli abiti e accessori nel contesto dei riferimenti culturali della collezione specifica e dell'intera produzione di Versace, collegandoli all'interpretazione data dalle campagne pubblicitarie e dalla stampa di settore.

Queste schede sono il modello di riferimento per l'elaborazione della metodologia applicata alla catalogazione degli oggetti d'archivio.

36

AUTUNNO/INVERNO 1982-83
Abito da sera in oroton color bronzo di Atelier Friedrich Münch, e fucsia in taffetas di seta pura color bronzo con profilature in raso di seta marrone.

Cintura in pelle nera e oro di Ugo Corraani.
L'abito, tagliato in vita sul davanti, ha le cuciture interne e le spilline profilate in pelle per reggere il peso del materiale ancora molto pesante.

Abito:
lunghezza max. cm 124,
larghezza max. cm 36
Fucsia:
lunghezza max. cm 185,
larghezza max. 28

Archivio Gianni Versace, Novara

Nella collezione femminile della stagione 1982-83 Versace ripropone la maglia di metallo, avvantaggiato, nella ricerca di un materiale più leggero, dai mesi che separavano la collezione maschile da quella femminile.

La maglia utilizzata per questo modello si basa su un diverso principio di assemblaggio che la rende più coprente e leggera allo stesso tempo (si veda scheda n. 141). A partire da questa stagione l'uso di tale

materiale non verrà mai interrotto, diventando una sorta di elemento caratterizzante dello stile di Versace, e lo stilista se ne servirà per proporre forme antiche e semplici in materiali e tecnologie futuribili. Oltre che in tuniche, bluse e gonne, la maglia di metallo viene utilizzata come elemento decorativo degli accessori, ma anche il metallo tout court viene impiegato, ad esempio, in piccole borchie che formano disegni su giacche di pelle (si veda scheda n. 138) o che sostituiscono nelle scarpe francesine la disegnatrice data dai buchi.

È con questa stagione che il metallo incomincia ad essere impiegato negli accessori diventandone, per Versace, l'elemento caratterizzante. Di un materiale nuovo, ma anche legato alla storia della moda del ventennio precedente, Versace parla ad André Leon Talley in *Vogue Paris*, marzo 1983: «Questa maglia è diversa dai vestiti in metallo creati una decina di anni fa dalla scuola di Paco Rabanne, e non è in alcun modo aggressiva e dura. Non deve essere usata come attrazione per scioccare chi la indossa né chi la vede indossata. Certamente non l'ho creata come costume».

In *Vogue Paris*, agosto 1982, è Anna Piaggi ad evidenziare la biva-

lenza di un elemento vestimentario basato sul metallo che è anche bivalenza della donna immaginata da Versace. «Grazie ad un incredibile tessuto in maglia metallica di oroton, Gianni Versace ha sottolineato uno dei punti fondamentali della nuova moda aggressiva, l'autodifesa. Durante le varie fasi della storia della moda, cinture di castità e crinoline vittoriane, corsetti con stecche di balena e frange di vetro per gli abiti charleston, reggiseni «sputnik» con punte minacciose, hanno costituito simbolicamente un'arma di difesa ma anche di attacco.»

Di questo abito fu realizzato un esemplare appositamente per Ornella Vanoni che lo utilizzò nella tournée di stagione.

Iconografia
Amica, 21 settembre 1982, copertina, Bob Krieger
Linea Italiana, novembre-dicembre 1982, pgg. 6-7, Avi Meroz
Linea Uomo, novembre-dicembre 1982, pg. 17, Avi Meroz
Vogue Paris, agosto 1982, pg. 359, Arthur Elgort



37

AUTUNNO/INVERNO 1982-83
Completo da giorno in due pezzi: giacca in nappa anilina e pelle nera rovesciata, trattata a camoscio, di Motta Alfredo; gonna in panno di pura lana di Carpinì, nei colori marrone, nero e bordeaux; blusa in crêpe de chine nero con scollo e polsi a rouleau. La foto fu realizzata da Richard Avedon nella primavera del 1982 per la campagna pubblicitaria femminile dell'inverno 1982-83. Il positivo a colori è conservato nell'archivio dell'ufficio stampa.

Una delle ricerche più interessanti svolte da Versace nella collezione è sicuramente quella sulla possibilità di tradurre l'abbigliamento sportivo maschile in indumenti da donna di grande eleganza. L'indagine, che prende pienamente avvio in questa stagione dopo i primi esperimenti nella collezione Autunno/Inverno 1980-81, diventerà uno dei temi di lavoro fondamentali su cui Versace otterrà risultati di estremo interesse. Il giubbotto in pelle arricchito da stratificazioni a stoglie e accostamenti materici che lo stilista riprende dalla stagione precedente, viene ridisegnato con forme che enfatizzano il corpo femminile grazie a spalle ampie molto stordite e a un'aderenza e una lunghezza che fanno risaltare busto e punto vita. Sicuramente frutto di questa ricerca, sono i blouson in pelle che segneranno le collezioni Autunno/Inverno 1983-84 e Autunno/Inverno 1984-85. Altrettanta fortuna e sviluppo avrà la gonna a balze, ripensata con linearità grafica e priva di qualsiasi riferimento romantico.

È chiara quindi la cesura rispetto alle stagioni precedenti; l'interpretazione del romanticismo in questa stagione compare solo in alcuni modelli da sera lasciando più spazio alla ricerca grafica.



Nella pagina accanto: moda e spettacolo: Gérard Depardieu nel servizio redazionale di Avi Meroz per *Linea Italiana*, novembre-dicembre 1982

141-145

Partendo dal concetto della cotta medievale, Versace aveva presentato nella sua collezione Uomo dell'Autunno/Inverno 1982-83 corsetti e parti di giacche in maglia metallica dal colore ferrigno. Se l'uomo «guerriero» aveva avuto successo, la stessa maglia non poteva certo soddisfare le necessità della moda femminile, ma ormai deciso a trovare una maglia metallica che si adeguasse al corpo della donna, in pochi mesi arrivò, con la collaborazione di un artigiano tedesco, all'invenzione dell'oroton. Questo si presenta come una maglia a tondelli ed ha tutte quelle caratteristiche che la maglia metallica solitamente non ha: aderisce perfettamente al corpo, da cui assume calore che mantiene, non è troppo pesante, può prendere pieghe flessuose come il più morbido dei tessuti, può essere coloratissima (fig. 141), nera (figg. 144 e 145), evocare l'oro o l'argento (figg. 142 e 143), essere decorata a disegno sia con colore (figg. 141 e 143) che con applicazione di strass (figg. 144 e 145) e può persino essere usata da entrambe le facce (fig. 144) creando così effetti di testurizzazione tipici del tessuto. L'oroton rappresenta indubbiamente una delle più importanti invenzioni di questi ultimi anni nel campo dell'abbigliamento, e giustamente Versace lo presenta in ogni collezione, due volte l'anno, sempre con formule nuove, sia a livello formale e disegnativo, sia in soluzioni di abbinamento: strascichi e sciarpe di crêpe stampato, giacchini di pelle, gonne o corpetti di pizzo. Lo stilista non si contenta di aver inventato un materiale dalle caratteristiche straordinarie, ma tende a reinventarlo attraverso abbinamenti fuori contesto e trasposizioni di repertori tradizionali.



141

Denominazione commerciale:
oroton

Manifattura: Atelier Friedrich Munch

Collezione: Autunno/Inverno 1984-85

Denominazione tecnica:
maglia ad incastro di elementi metallici

Materie: lega di ottone nella porzione argentata, lega di alluminio nelle porzioni a colore

Tinture: lacca (brevetto)

Disegno:
forme geometriche regolari, diverse fra loro in scala e colore, sono unite a formare un telo, sagomato per la sua destinazione d'uso

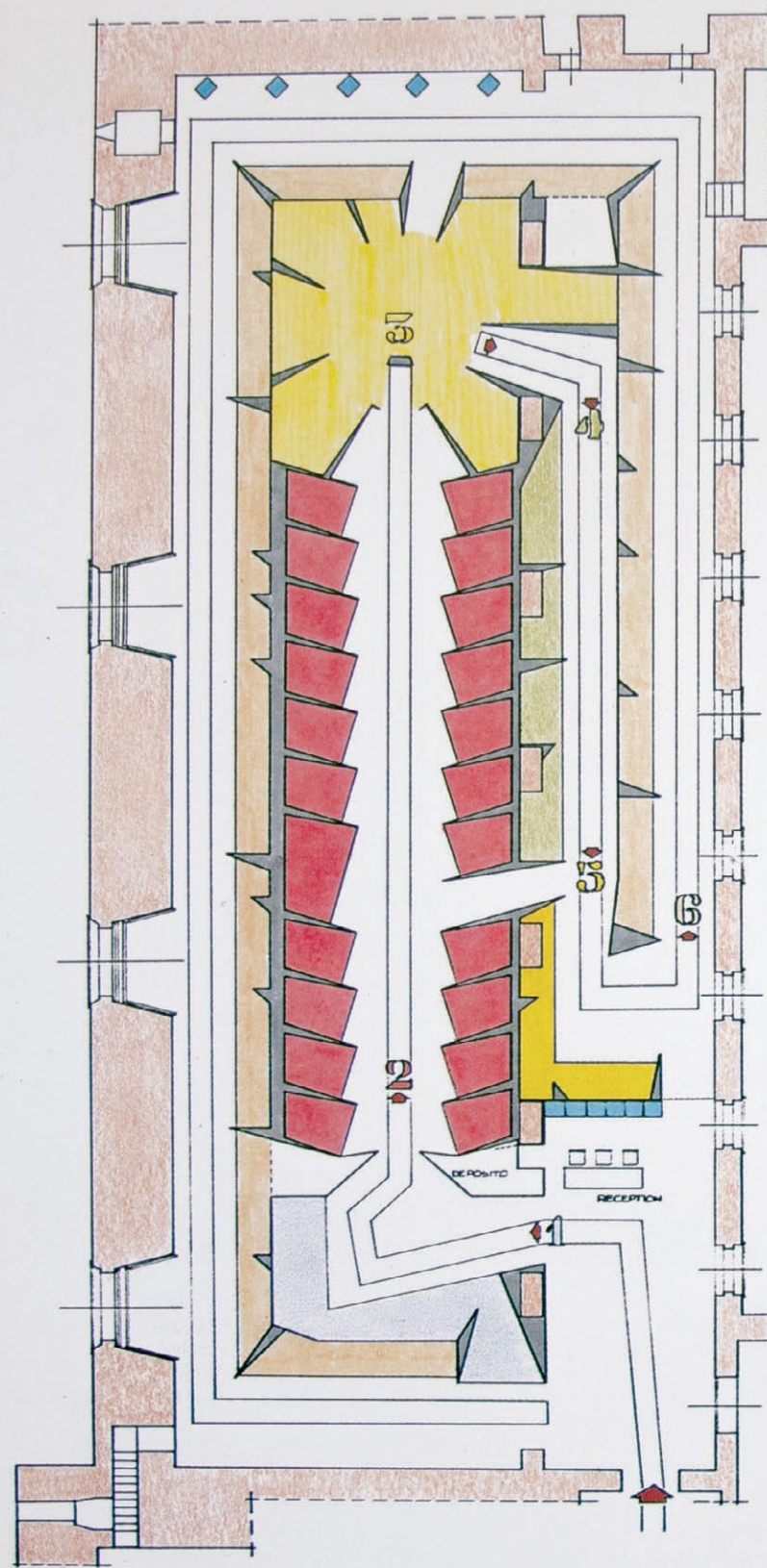
Effetto di disegno:
stelle a quattro punte vengono fissate meccanicamente mediante l'aggancio delle punte ad anelli leggerissimi disposti a scacchiera. Il risultato al diritto è una maglia metallica formata da tondelli; anche il rovescio può essere utilizzato (si veda fig. 144)

Altezza della pezza: ogni pezzo viene creato per la sua specifica destinazione d'uso
rapporto di disegno: cm 0,1 x 0,1 tondello (su entrambe le facce)

p 132

Immagine dal catalogo Gianni Versace: L'abito per pensare, a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Arnoldo Mondadori Editore Arte, Milano 1989 [Catalogo della mostra: "Gianni Versace: L'abito per pensare", a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989] p 182.

Le schede di Chiara Buss sui materiali sono uno strumento per affrontare l'analisi dei tessuti che è stato considerato nella compilazione delle schede di catalogazione e conservazione elaborate dal team Heritage insieme a professionisti del restauro tessile del Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti, Firenze.



PROGETTO ARCHITETTO GIANFRANCO CAVAGLIÀ
PROJECT BY GIANFRANCO CAVAGLIÀ ARCHITECT

pp. 134, 137

Immagine del giornale della mostra "Gianni Versace: L'abito per pensare", a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss [Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989]: sono evidenziate le sezioni della mostra che affrontano i diversi temi in cui è organizzata e analizzata la produzione di Versace.

PERCORSO DELLA MOSTRA

SEZIONE 1 - L'UTOPIA DEL PASSATO

Una sezione di memoria attualizzata: gli abiti della sartoria materna, e dei primi anni del prêt-à-porter per le linee Callaghan, Complice, Genny, letti nella loro continuità con i temi più attuali della moda di Versace.

SEZIONE 2 - IL CAPOLAVORO SCONOSCIUTO

Un percorso cronologico per sottolineare l'esistenza, sotto le apparenti variazioni stagionali della moda, di una continuità di stile, di una coerenza progettuale da leggere accostando una collezione all'altra come brani di un racconto unico e ininterrotto.

SEZIONE 3 - LA 'MISE' IN SCENA

Il desiderio di far conoscere la novità delle creazioni teatrali di Versace, un modo nuovo di costruire l'abito di scena capace di coniugare la tradizione storica dell'opera con l'evoluzione della moda, capace anche di legare direttamente le invenzioni teatrali alla progettazione della moda quotidiana.

SEZIONE 4 - LA RE-INVENZIONE DELLA MATERIA

Analisi storico-critica dei materiali, tessili e non, impiegati dallo stilista.

Le matrici tecniche del passato vengono riconosciute così come i riferimenti culturali e storici più diversi sono "catalogati" in uno schema che propone una lettura interpretativa del materiale identificando i momenti e le modalità con cui si esplica la re-invenzione dei materiali.

SEZIONE 5 - LA FORMA DEL PROGETTO

L'abito di carta, nel disegno della fase progettuale, nel cartamodello che determina il passaggio dal progetto al prototipo, nell'immagine che lo investe di significati e messaggi. Una sezione per seguire la vita dell'abito come oggetto industriale e commerciale.

SEZIONE 6 - L'ALFABETO STILISTICO

Una sintesi, suddivisa in "capitoli" tematici, una lettura trasversale che vuole individuare i caratteri stilistici della moda di Versace, le lettere che compongono il suo alfabeto di espressione.

IL DESIGN DELL'ABITO

- Drappeggio e asimmetria
- Linea e superficie: il corpo a due dimensioni
- La forza del contrasto: l'unione fra gonna e pantalone
- Progettare il maschile al femminile e viceversa
- Un alfabeto innovativo per due indumenti tradizionali: smoking e fourreau
- Tecnologia nella progettazione degli accessori

I RIFERIMENTI CULTURALI

- Il rapporto con l'arte
- Il debito verso la storia della moda
- L'attenzione al folklore

EXHIBIT'S OUT LAY

SECTION 1 - THE PAST AS UTOPIA

This section shows how past memories affect the present: selected models from his mother's atelier and from his first ready-to-wear collections for Callaghan, Complice, Genny, are seen from the angle of continuity in the context of the themes that inspire Versace's more recent fashions.

SECTION 2 - THE UNKNOWN MASTERPIECE

A chronological itinerary revealing the continuity of style and consistency of concepts that emerge beyond apparent seasonal variations if one "reads" successive collections like the events of a single, uninterrupted story.

SECTION 3 - THE "MISE EN SCENE"

This section reveals Versace's new approach to theatre costumes, showing how musical tradition and the evolution of fashion merge into one in his creations, and how he establishes a direct link between stage inventions and street fashions.

SECTION 4 - THE RE-INVENTION OF MATTER

A critical and historical analysis of fabrics and other materials that the designer employs.

The technical inheritance from the past is acknowledged and the various cultural and historical references are "catalogued" within a framework that offers an interpretation of each material according to the moment, and manner in which, it has been re-invented.

SECTION 5 - THE SKETCH TAKES SHAPE

The paper model, the production design, the pattern that translates a sketch into a prototype, the image that charges it with a meaning and a message. This section describes the life of a garment as an industrial and commercial object.

SECTION 6 - A STYLISTIC ALPHABET

A synthesis that distinguishes between different "themes", an unconventional analysis that aims at identifying the stylistic features of Versace's fashions, the single "letters" that make up the particular alphabet that he expresses himself with.

CLOTHING DESIGN

- Draping and asymmetry
- Line and surface: the two-dimensional figure
- The power of contrast: the skirt and trouser merge into one
- Switching roles: adapting men's clothes to women and vice versa
- An inventive slant on two staples: the tuxedo and evening sheath
- Technology in the creation of accessories

CROSS CULTURAL REFERENCES

- Versace's relationship with the Arts
- What he owes to fashion history
- Ethnic influences

L'alfabeto stilistico

Una lettura trasversale svolta in capitoli tematici per individuare i caratteri stilistici della moda di Versace.

Le lettere che compongono il suo alfabeto di espressione coinvolgono sia il design formale dell'abito che i suoi riferimenti culturali. Drappeggio e asimmetria

Linea e superficie: il corpo a due dimensioni

La forza del contrasto: l'unione fra gonna e pantalone

Ridisegnare il maschile al femminile

Tecnologia e artigianato nella progettazione degli accessori

L'attenzione al folklore

Il rapporto con l'arte

Il debito verso la storia della moda

Un alfabeto innovativo per due

indumenti tradizionali, smoking e

fourreau



p. 138

Immagine dell'allestimento della mostra "Gianni Versace: L'abito per pensare", a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss [Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989]. "L'Alfabeto stilistico", sezione della mostra che vuole individuare i caratteri distintivi dello stile di Versace, come lettere di un alfabeto espressivo. La sezione si divide in "capitoli" tematici, che affrontano diversi aspetti del design dell'abito e dei suoi riferimenti culturali. Foto Leo Torri.



p. 140

Immagine dell'allestimento della mostra "Gianni Versace: L'abito per pensare", a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss [Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989]. La mostra analizza il lavoro di Versace sui materiali per la progettazione dell'abito, restituito attraverso l'installazione di campioni di tessuto insieme ad abiti, disegni tecnici, cartamodelli e immagini delle campagne pubblicitarie. Foto Leo Torri.

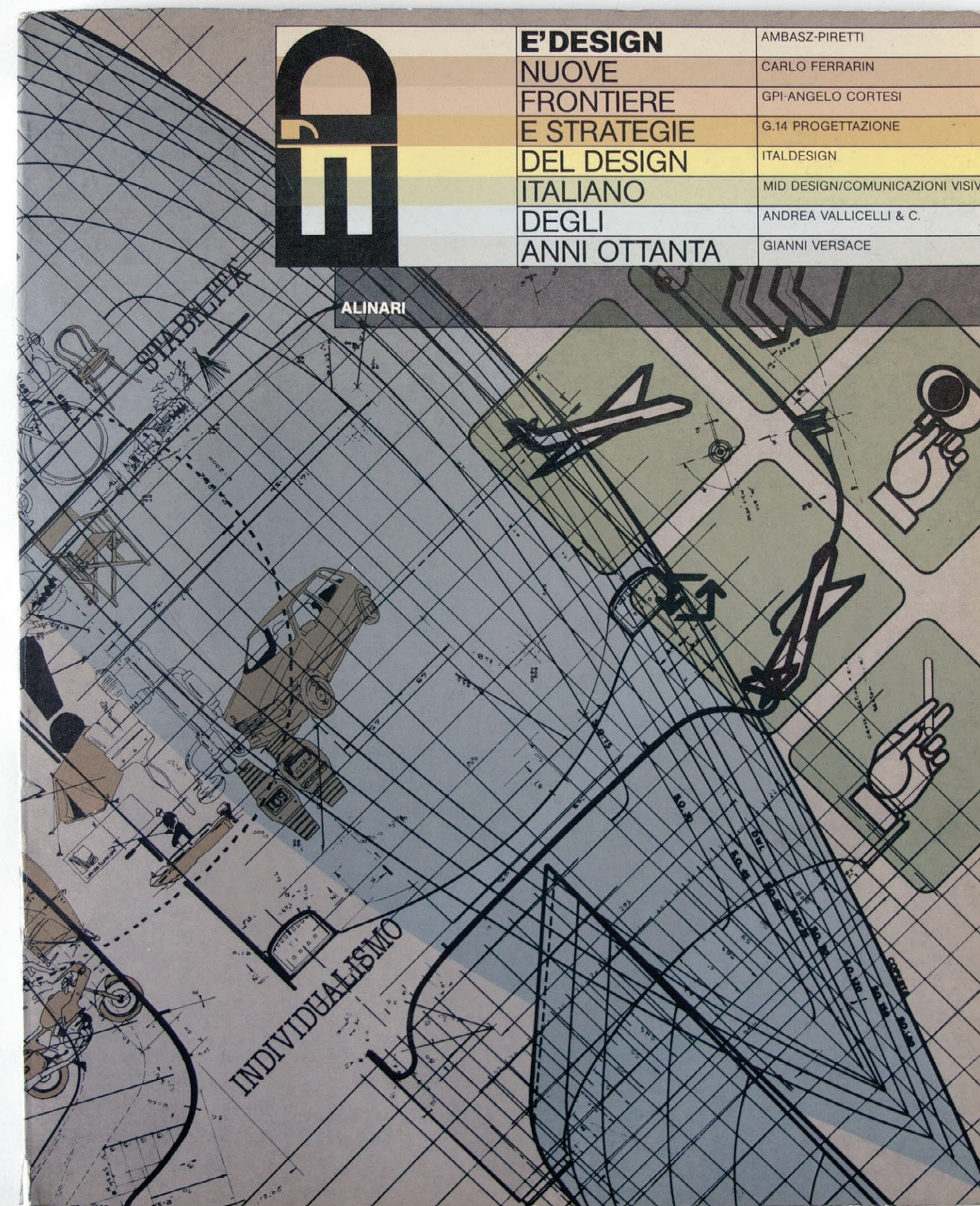


p. 142

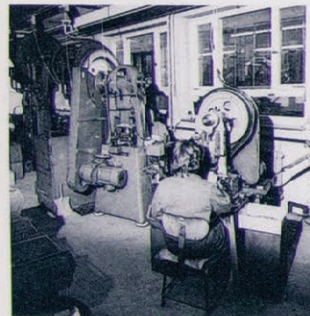
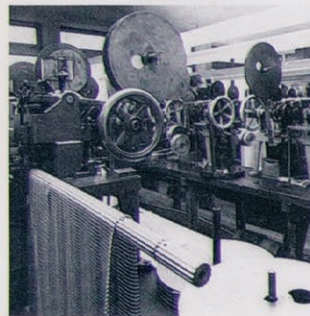
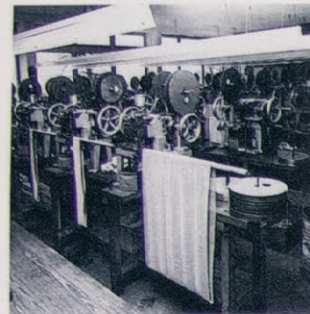
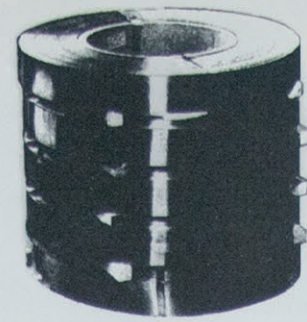
Immagine dell'allestimento della mostra "Gianni Versace: L'abito per pensare", a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss [Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989]. Gli abiti sono installati insieme alle immagini delle campagne pubblicitarie, mettendo in relazione l'oggetto con la sua iconografia. Foto Leo Torri.

pp. 145, 146, 147

Immagini del catalogo *È design. Nuove frontiere e strategie del design italiano degli anni Ottanta*, a cura di Anty Pansera, Alinari, Firenze 1983 [Catalogo della mostra: "È design. Nuove frontiere e strategie del design italiano degli anni Ottanta", a cura di Anty Pansera, Padiglione d'Arte Contemporanea, Milano, 20 ottobre-7 novembre 1983]: in occasione della mostra, Gianni Versace è invitato a esporre gli esiti delle ricerche tecnologiche applicate ai tessuti e ai materiali per la moda, come testimoniato dai capi in maglia di metallo ["Oroton": maglia a incastro di elementi metallici in lega di ottone e di alluminio] della collezione autunno / inverno 1982, realizzati in collaborazione con l'azienda tedesca Atelier Friedrich Münch.



Percorso tecnologico per la nascita del tessuto di metallo.
Technological evolution of metal-mesh fabric.



rohes Bandmaterial



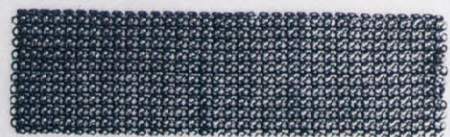
geschnittenes Band



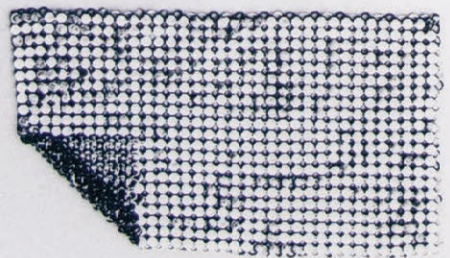
ausgestanzte Geflechtsteile



rohes Geflecht



fertiges Geflecht



144

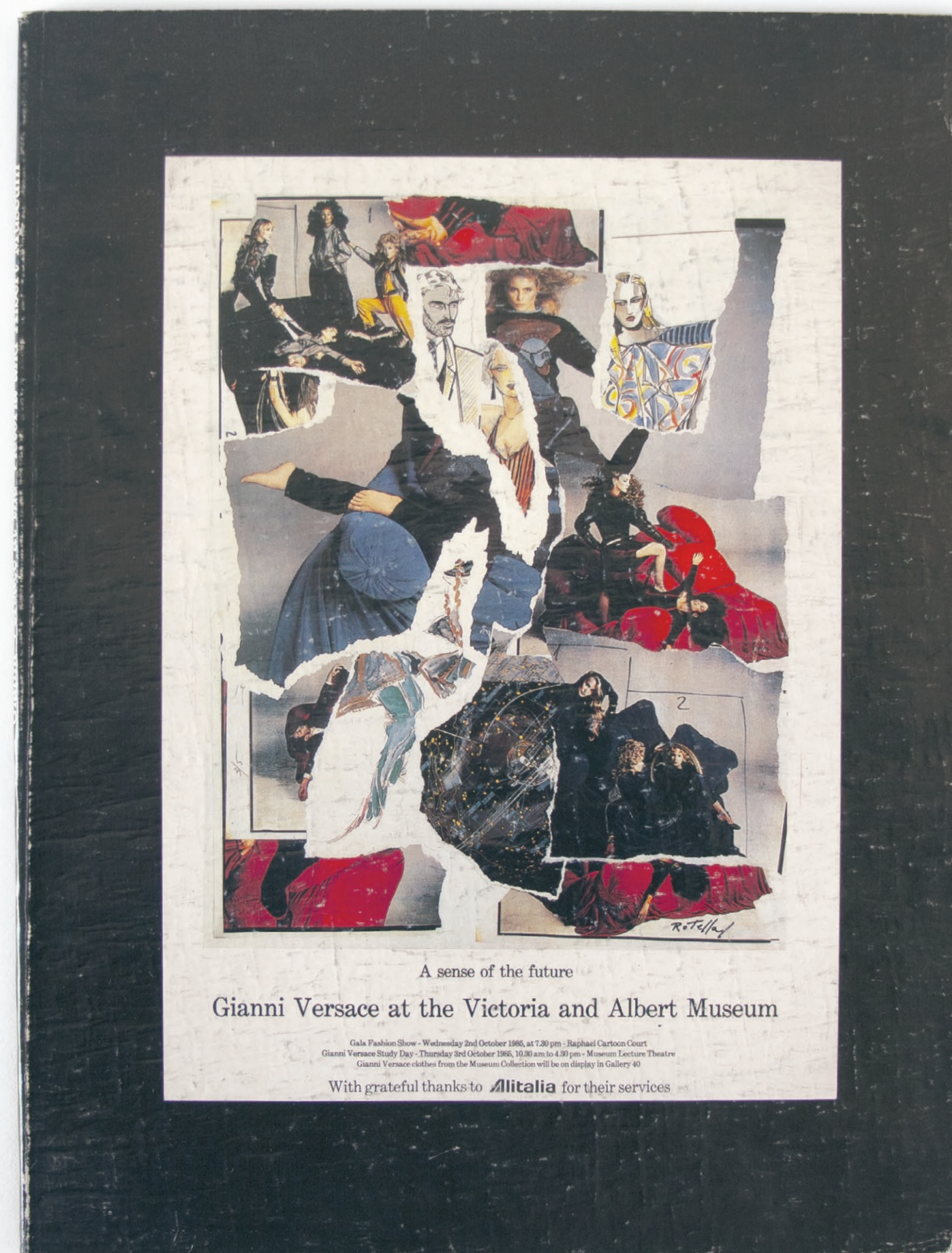
Abito metallizzato in tessuto di metallo (foto Tania Levoni)
Metallic dress of steel-mesh



145

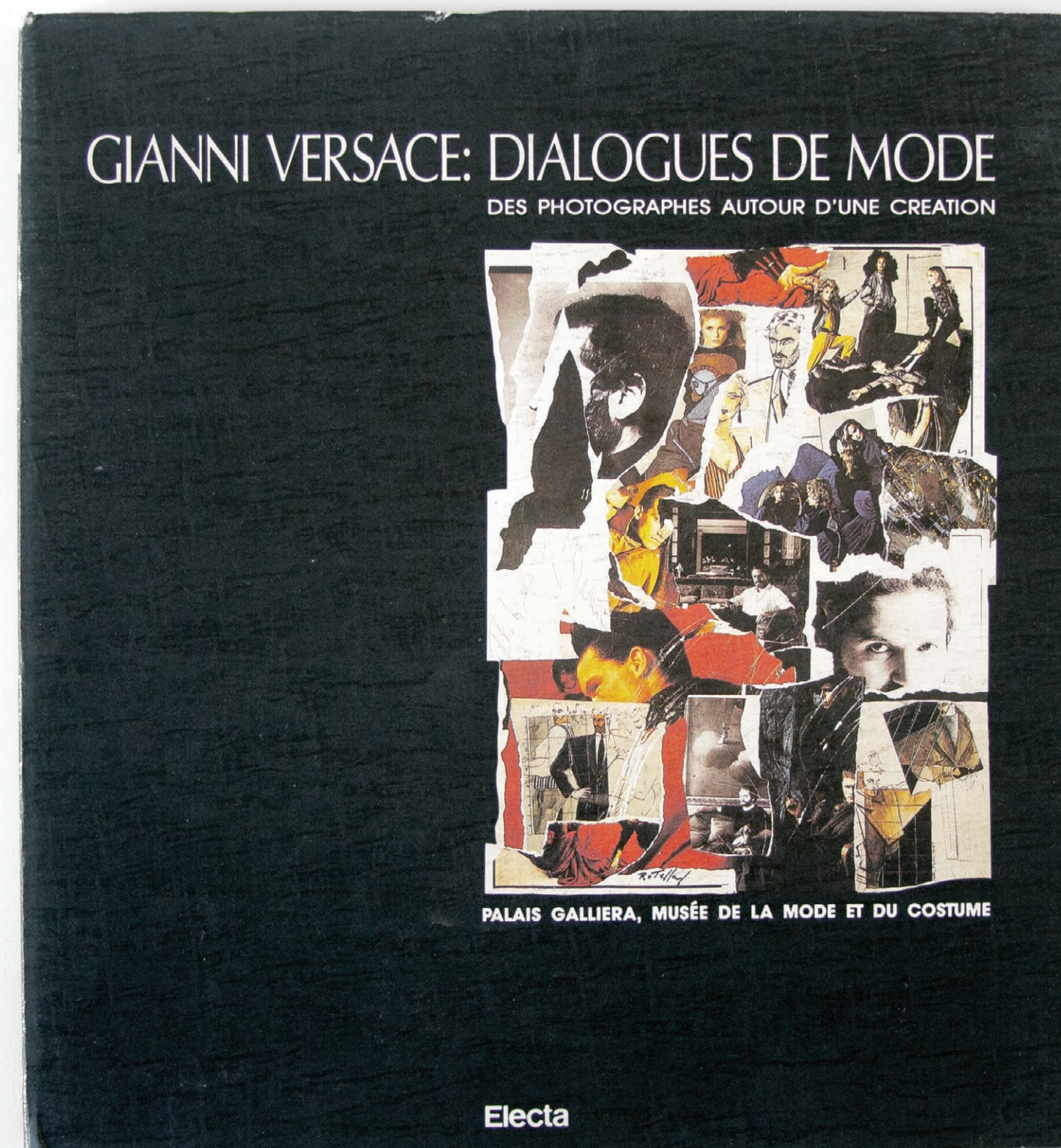
p. 151

Immagine della copertina del catalogo *A sense of the future: Gianni Versace at the Victoria & Albert Museum*, 1985. [Catalogo della mostra: "A sense of the future: Gianni Versace at the Victoria & Albert Museum". Gala Fashion Show-Wednesday 2nd October 1985, at 7:30-Raphael Cartoon Court / Gianni Versace Study Day-Thursday 3rd October 1985, 10:30 am to 4:30 pm- Museum Lecture Theatre / Gianni Versace clothes from the Museum Collection on display in Gallery 40, Victoria & Albert Museum, London 1985].



pp. 151, 152, 153

Immagini del catalogo *Gianni Versace: dialogues de mode. Des photographes autour d'une creation*, Electa, Milano 1986 [Catalogo della mostra: "Gianni Versace: dialogues de mode. Des photographes autour d'une creation", Mois de la Photo 1986, Paris Audiovisuel, Palais Galliera, Musée de la Mode et du Costume, Paris, 23 Octobre 1986-4 Janvier 1987]. La mostra approfondisce il rapporto di Versace con la fotografia e il dialogo tra l'abito e la sua immagine: le creazioni di Versace sono installate insieme alle immagini delle campagne pubblicitarie scattate da fotografi di fama internazionale come Richard Avedon, Francesco Scavullo, Gian Paolo Barbieri, Giovanni Gastel, Bruce Weber, Irving Penn, Oliviero Toscani, Guy Bourdin, David Bailey, Helmut Newton, Bob Krieger, Barry McKinley, Toni Thorimbert e altri.



Richard Avedon
1982



20 © Richard Avedon Inc.



21



**Halter evening gown, spring-summer
1991**

Silk jersey printed with polychrome
Vogue magazine motif
Courtesy Gianni Versace Archives

When *Vogue* celebrated its centennial with the book *On the Edge: Images of 100 Years of Vogue* (1992), writer Kennedy Fraser claimed: "In the main, *Vogue* has been a good friend to women." Surely its pages, covers, and ideas have played a role in the lives of many American women. Versace rendered a homage, using recent and historical covers of the journal, that acknowledges both a visual source in the world of women and the power of the media.

pp. 154, 157

Immagini dal catalogo *Gianni Versace*, The Metropolitan Museum of Art, New York 1997. [Catalogo della mostra: "Gianni Versace", curated by Richard Martin, the Costume Institute at The Metropolitan Museum of Art, New York, 1 December 1997-22 March 1998] pp 142 - 143.

Le immagini si riferiscono a due abiti della collezione prêt-à-porter donna primavera / estate 1991 che riproducono copertine originali della rivista americana *Vogue* attraverso stampe su tessuto e ricami. Questi capi sono stati riproposti nella collezione "Tribute" per la primavera / estate 2018, una collezione progettata da Donatella Versace come omaggio a Gianni Versace

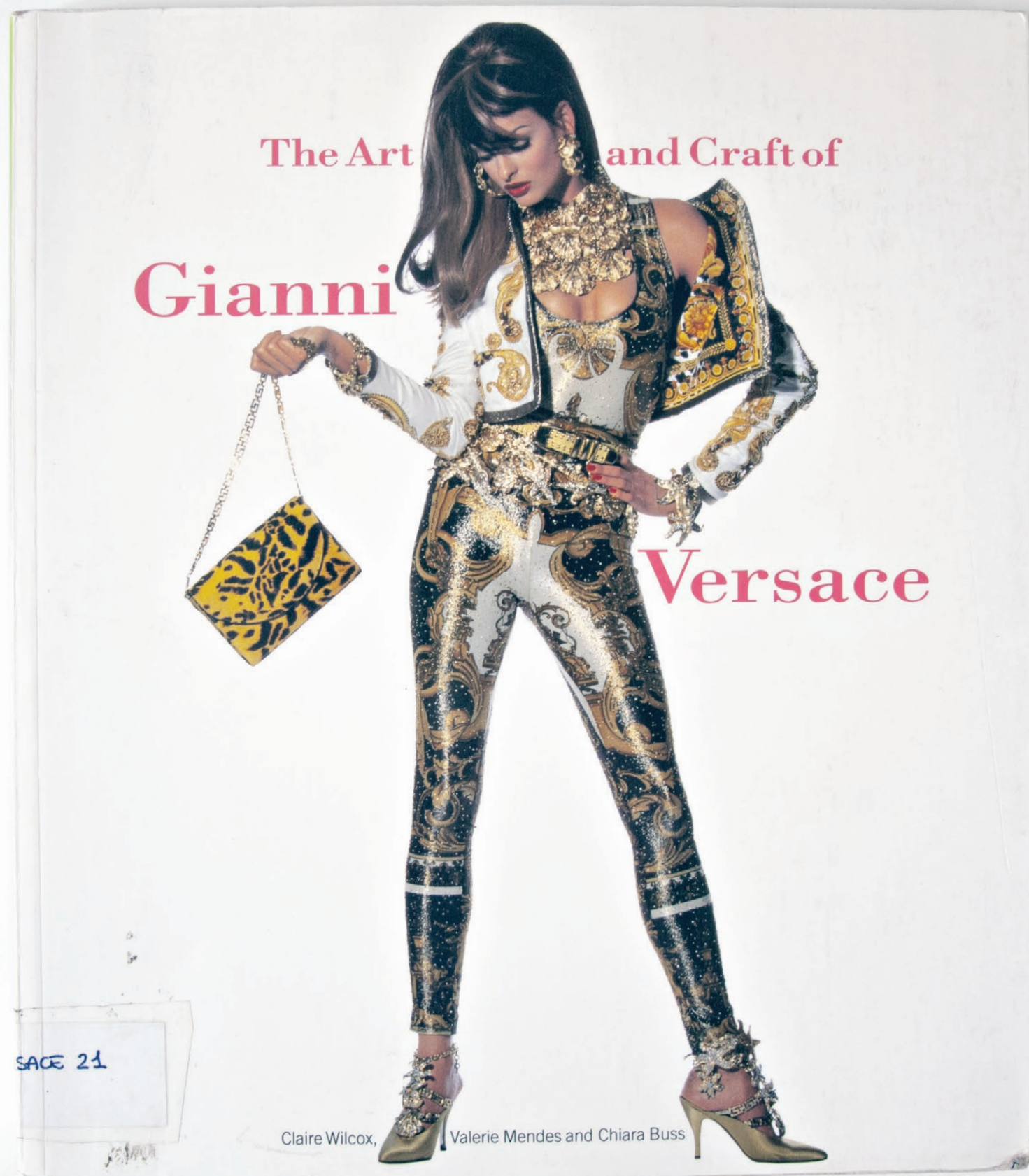
Jumpsuit, spring-summer 1991

Silk and synthetic net with all-over polychrome beading in *Vogue* magazine motif

Courtesy Gianni Versace Archives

Seeking to justify the modernity and gender role of *Vogue*, Kennedy Fraser offered: "Outwardly, for most of the time, American *Vogue* seems to believe in a sort of feminine Utopia of ever healthier, more flat-bellied, and thoroughly fulfilled young professionals." Clothed in beaded journal covers, the woman who wears the jumpsuit that Versace offered as metaphor to the modern and efficient, recalls Versace's roots developing out of American sportswear and all that such sportswear implied for the effective and up-to-date woman. Versace's "advertising" is largely subservient to this effort to embody the modern woman as envisioned by magazine and designer.





pp. 158, 161

Immagini del catalogo *The Art and Craft of Gianni Versace*, a cura di Claire Wilcox, Valerie Mendes e Chiara Buss, V&A Publications, London 2002 [catalogo della mostra "Versace at the V&A", curata da Claire Wilcox, Victoria & Albert Museum, London, 17 Ottobre 2002-12 Gennaio 2003].



Photograph by Michael Stephens, Courtesy of PA Photos

4.

Spring/Summer 1994
Evening gown. Black viscose (60%) and acetate (40%) with kilt pin embellishments.

Brimming with associations, this now notorious black dress made headline news when worn by Elizabeth Hurley at the premiere of *Four Weddings and a Funeral*. It revealed almost as much flesh as it concealed and celebrated the voluptuous curves of a well-toned, womanly body. Carefully constructed to stay in place, the V-neck and open sides are boned and the bust is lightly padded. Versace revisited elements from 1970s and 1980s style to achieve this ultimate in seductive attire. It is a distant relative of the black, slashed and safety-pinned clothing of British punk and of the body-conscious black Lycra sheath dresses of metropolitan disco and club life. While he accommodated the principle of anti-establishment slashed clothing, there was nothing untidy or raw-edged about this dress, and mundane safety pins became gilt and silver kilt pins resplendent with diamantés as well as Versace's Medusa-head emblem. The designer put his unique stamp of glamour and audacity on this design, which has become a landmark in the history of the little black dress.

5

Autumn/Winter 1997-98
Evening gown. Gold-tone Oroton with applied beadwork.

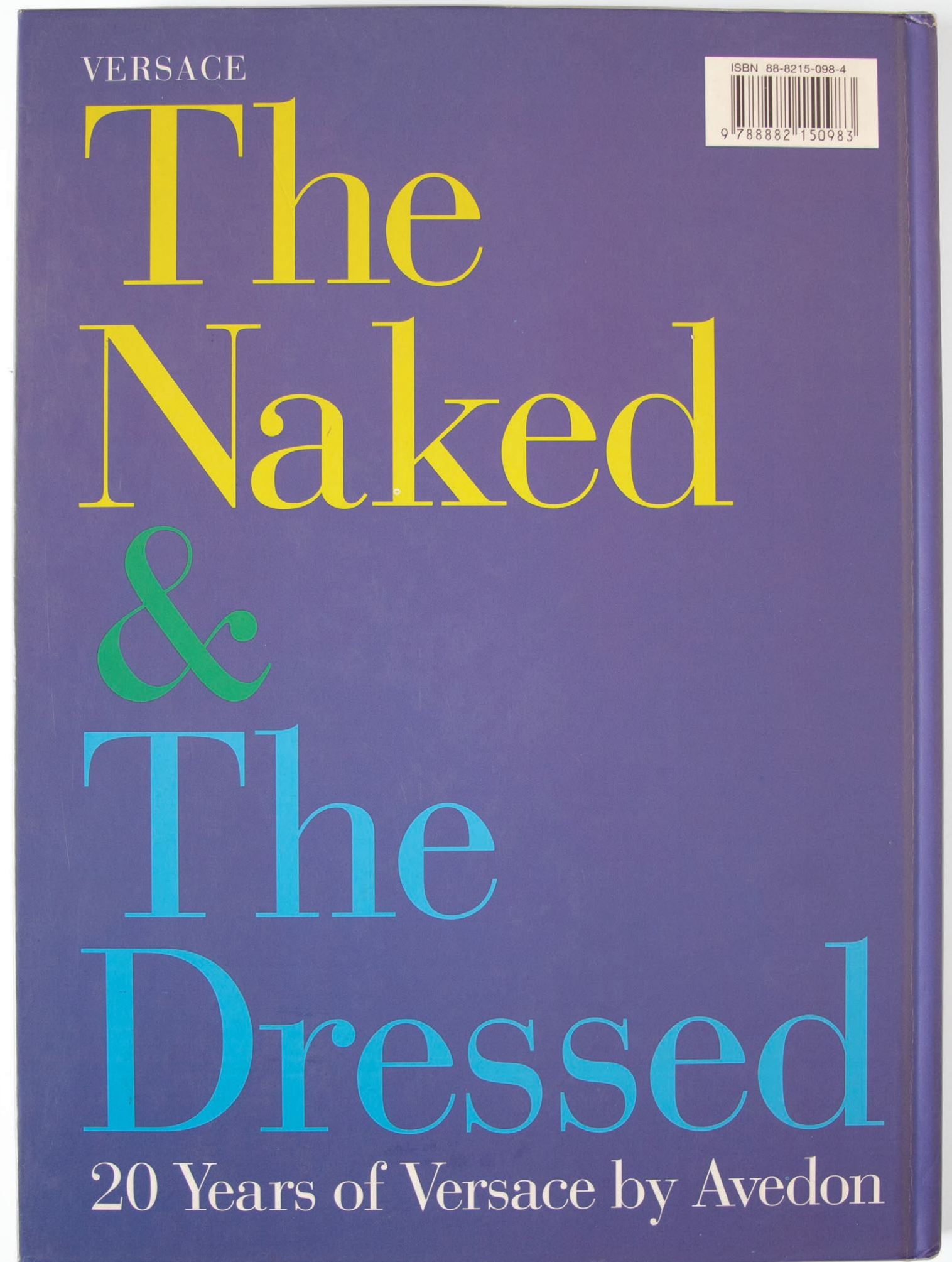
Always faithful to and excited by the remarkable metal mesh he had been instrumental in developing in the early 1980s, Versace used it for this gown, apparently unconcerned about the burden of its considerable weight. He kept the cut of the long sheath simple to allow the textures and reflections of the Oroton and beaded Greek crosses to triumph. Over a supporting corselette, the narrow gown is wraparound to permit movement and the cowl neck is boned to keep its shape. Of all his works in shimmering Oroton it takes the popular image of crusading knights in their protective gleaming chain mail into another dimension.



pp. 163, 164, 165

Immagini del catalogo *The naked & the dressed: 20 years of Versace by Avedon*, Random House, New York 1998.

La pubblicazione raccoglie una selezione di immagini scattate dal fotografo americano Richard Avedon (1923 -2004) per Versace, in venti anni di campagne pubblicitarie, dalla primavera / estate 1980 alla primavera / estate 1998. In foto: la copertina del libro e un'immagine della campagna pubblicitaria della collezione prêt-à-porter donna autunno / inverno 1994 ("Technowoman") in cui compaiono le modelle Nadja Auermann, Cindy Crawford, Stephanie Seymour, Claudia Schiffer e Christy Turlington.





122

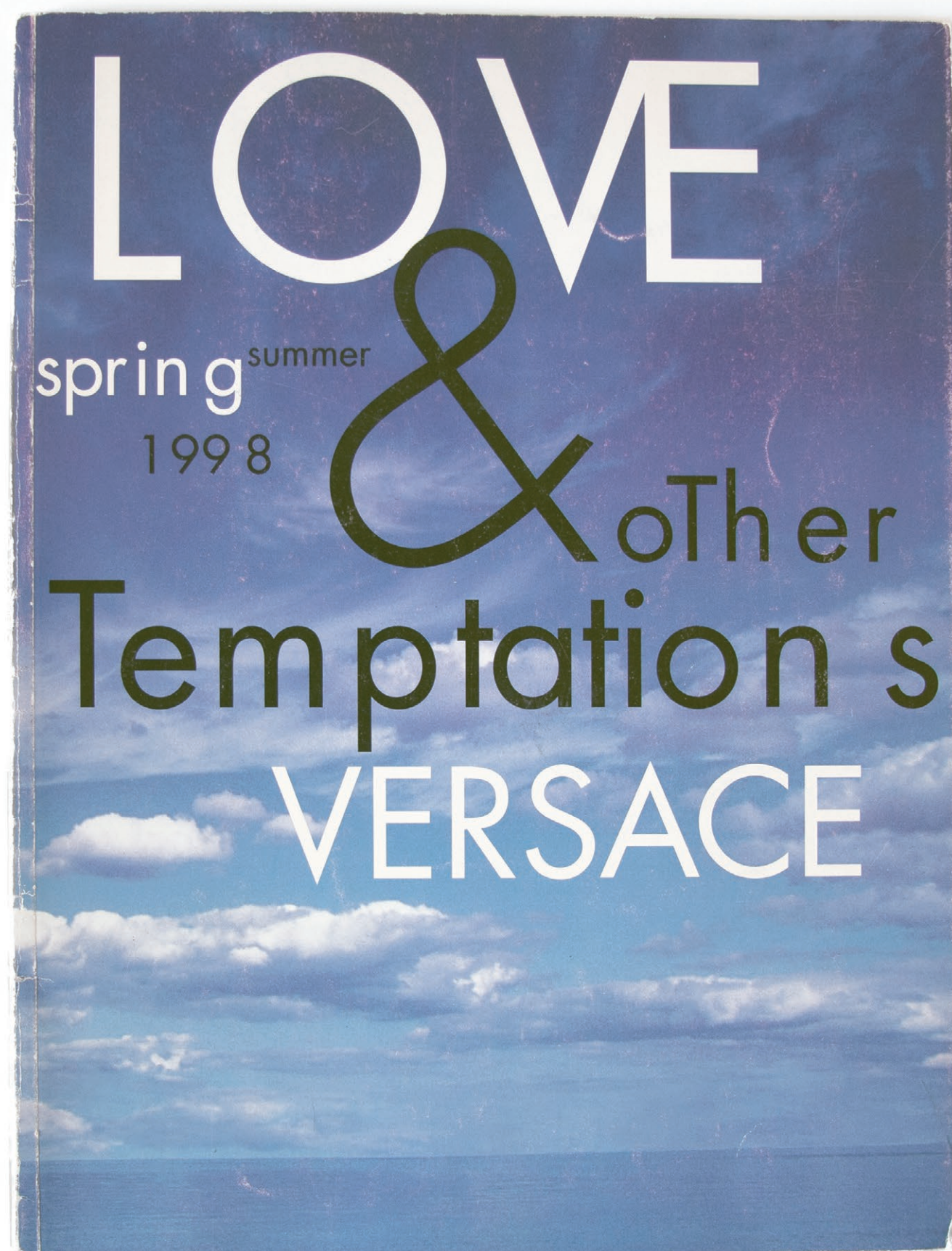


165

pp. 168, 169

Immagini dalla pubblicazione *Steven Meisel. Four days in LA: the Versace pictures*, White Cube, London 2001. [Catalogo della mostra "Steven Meisel, Four days in LA: the Versace pictures", White Cube, Hoxton Square, London, 19 July - 1 September 2001]. Nell'introduzione al catalogo, il fotografo americano Steven Meisel racconta il making of degli scatti per la collezione prêt-à-porter donna autunno / inverno 2000, in cui ritrae le modelle Amber Valletta e Georgina Grenville, trasformate dallo styling di Lori Goldstein, in algide figure femminili che ricordano le protagoniste del film "Valley of the Dolls" (1967) diretto da Mark Robson e dell'omonimo romanzo di Jacqueline Susann (1966), a cui la campagna si ispira.





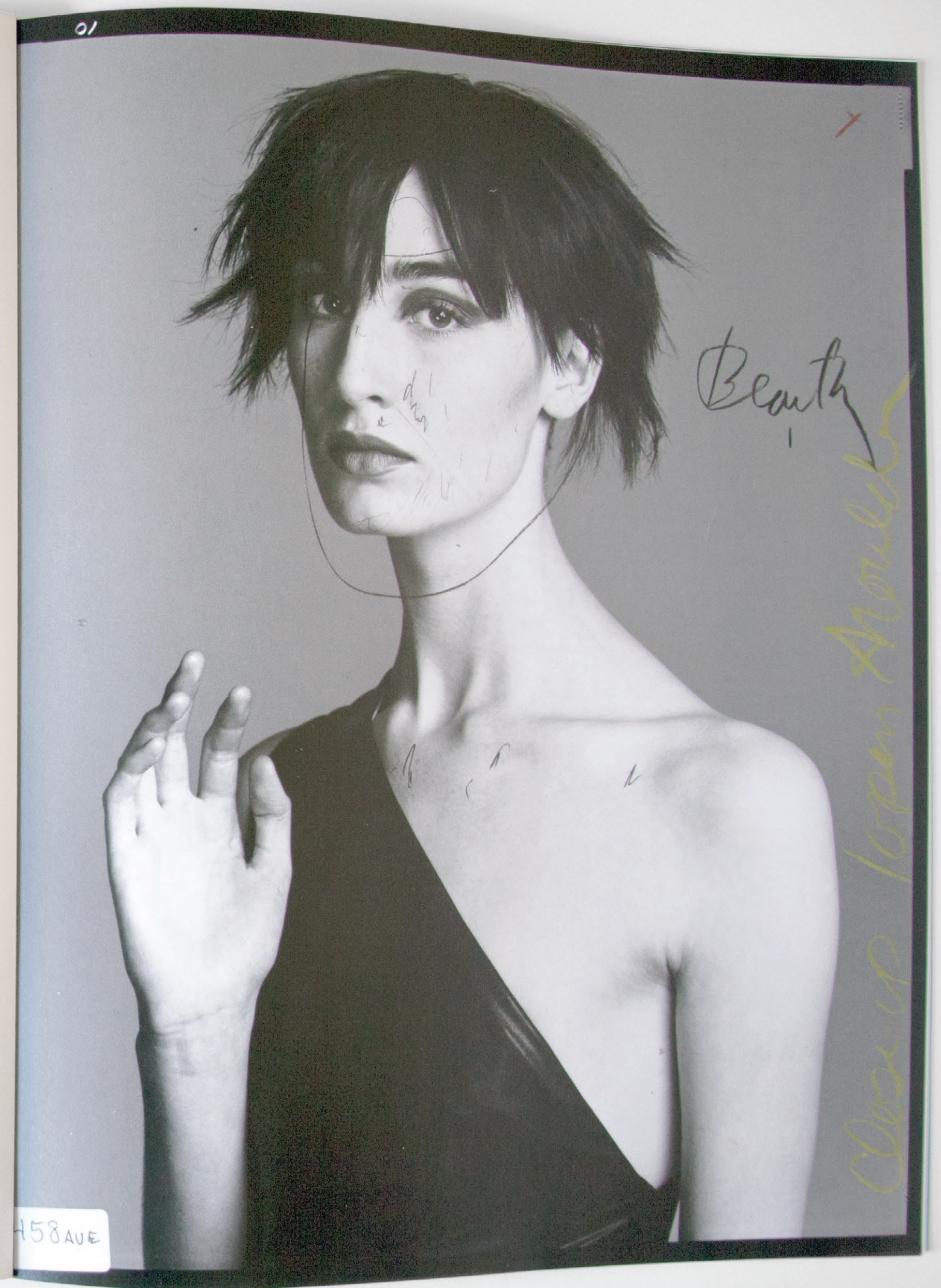
p. 170

Immagini della copertina del catalogo pubblicitario e uno scatto della collezione prêt-à-porter donna primavera / estate 1998, prima collezione di Donatella Versace come direttore artistico del *brand*, e ultima campagna scattata da Richard Avedon per Versace dopo venti anni di collaborazione.

Il fotografo americano ritrae la cantante Courtney Love e la modella Erin O'Connor, con il coordinamento di Donatella Versace e Paul Beck come producer del servizio fotografico e lo styling di Joe McKenna.

p. 173

Lo studio dei materiali dell'archivio fotografico evidenzia le diverse fasi in cui si articola il lavoro dei fotografi e lo sviluppo delle fotografie: la prova di stampa fotografica che ritrae la modella Erin O'Connor (Novembre 1997) con le note scritte del fotografo, restituisce il processo di selezione e correzione delle immagini ed è pubblicata sul catalogo della mostra *AVEDON: Women*, by Joan Juliet Buck and Abigail Solomon-Godeau, The Richard Avedon Foundation / Gagosian / Rizzoli, New York, 13 November 2013 ["AVEDON: Women", curated by James Martin and Laura Avedon, The Richard Avedon Foundation, Gagosian Gallery, Beverly Hills, Los Angeles, Friday November 1-Saturday, December 21, 2013].



pp. 176, 177

Immagini del *moodboard* creato dal dipartimento *Stile* dell'azienda, attingendo ai materiali d'archivio e assemblando immagini di campagna pubblicitaria, foto di sfilata e grafiche per la stampa su tessuto, nel progetto di collezione "Tribute" primavera / estate 2018, dedicata a Gianni Versace.

L'immagine è pubblicata sul catalogo di promozione della collezione, utilizzato nelle attività di marketing e comunicazione.



BAROQUE

SS 1992

BUTTERFLIES

S/S 2018

TRÈSOR DE LA MER

SS 1995

METAL MESH

NATIVE AMERICANS

SS 1992

POP

FW 1992

SS 1991

p. 179

Immagine del *look-book* di sfilata della collezione "Tribute", prêt-à-porter donna primavera / estate 2018, progettata da Donatella Versace come omaggio a Gianni Versace. La modella Mariacarla Boscono indossa una giacca in pelle ricamata con un motivo che riproduce immagini sacre di tradizione bizantina, riproponendo un modello d'archivio della collezione prêt-à-porter donna autunno / inverno 1991.



AVEDON VERSACE

Richard Avedon photographed more than 30 campaigns for Versace over two decades beginning with the Spring-Summer 1980 Collection. For the launch of the fragrance Blonde, he created portraits of Donatella Versace in his New York studio on February 3, 1995.

These iconic images are reprised for the Fall-Winter 2019 Collection, featuring on key runway looks.

The Richard Avedon Foundation was founded by Richard Avedon in 2004 and maintains his archive of over 500,000 images.

For more information, please visit avedonfoundation.org and download the free iPad app.

DONATELLA VERSACE
by RICHARD AVEDON

NEW YORK, FEBRUARY 3, 1995

PHOTOGRAPH BY RICHARD AVEDON © 1995
2019 THE RICHARD AVEDON FOUNDATION

pp. 180, 182

Immagini del progetto speciale VERSACE / AVEDON: Blonde, 2019.

Insieme a The Richard Avedon Foundation (istituzione che tutela e valorizza l'archivio del fotografo americano Richard Avedon) Versace ha presentato un'edizione limitata di capi stampati con i ritratti di Donatella Versace scattati da Avedon per la campagna pubblicitaria del profumo "Blonde" nel 1995. I capi, t-shirt e felpe, sono stati inseriti nella collezione prêt-à-porter donna autunno / inverno 2019, come omaggio alla collaborazione tra Avedon e Versace, durata venti anni, dalla primavera / estate 1980 alla primavera / estate 1998. Il progetto ha voluto sottolineare anche il ruolo di Donatella Versace, che in qualità di *image-maker* del marchio fin dalla sua fondazione, è stata responsabile del coordinamento delle campagne pubblicitarie e della creazione dell'immagine di Versace.

In foto: la cartella stampa del progetto inserita nel packaging dei prodotti (2019) e i provini a contatto della campagna per "Blonde" (1995) utilizzati come grafiche per la stampa su tessuto.



p. 185

Pagina del giornale pubblicato in occasione della sfilata "Tribute" primavera / estate 2018:
Interno di Palazzo Versace, via Gesù 12, Milano. Specchio di Michelangelo Pistoletto su
ritratto di Gianni Versace fotografato da Irving Penn (prima metà degli anni '80).
L'opera è raffigurata in *The Art of Being You*, [Milano: Leonardo Arte, 1997, p.162], pubblicazione
celebrativa del rapporto di Gianni Versace con il mondo dell'arte.
Foto: Paolo Proserpio.



Versace

A sense of the future: Gianni Versace at the Victoria and Albert Museum, 1985. [Catalogo della mostra: Londra, Victoria and Albert Museum, Ottobre 1985].

Buss, Chiara e Richard Martin, *Gianni Versace* [Catalogo della mostra: Como, Fondazione Antonio Ratti "Gianni Versace. La reinvenzione della materia", 16 giugno -2 ottobre 1998], Como, Fondazione Antonio Ratti 1998.

Butazzi, Grazietta, Buss, Chiara, e Pia Soli, *Gianni Versace: dieci anni di creatività*, Verona, Studio la Città, 1983 [Catalogo della mostra, Verona, Studio la Città, 16 aprile 1983].

D'Orazio, Sante, *Gianni and Donatella by Sante D'Orazio*, New York : teNeues, 2007.

È design. Nuove frontiere e strategie del design italiano degli anni Ottanta, a cura di Anty Panseca, Firenze, Alinari, 1983 [Catalogo della mostra: Milano, Padiglione d'Arte Contemporanea, 20 ottobre-7 novembre 1983].

Gianni Versace: dialogues de mode. Des photographes autour d'une creation, Milano, Electa, 1986 [Catalogo della mostra: Paris, Palais Galliera, Musée de la mode et du Costume, 23 ottobre 1986-4 gennaio 1987].

Gianni Versace: fashion, a contemporary history, Chicago 1986. [Pubblicato in occasione delle sfilate di Gianni Versace a Chicago presso il Field Museum of Natural History del 26 marzo 1986, e la Chicago Historical Society del 9 aprile 1986].

Gianni Versace. L'abito per pensare, a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss, Milano, Mondadori, 1989 [Catalogo della mostra: Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989].

Gianni Versace. The Art of Being You, Milano, Leonardo Arte, 1997.

Il tempo e la moda, a cura di Germano Celant, Milano: Skira, 1996 [Catalogo della prima Biennale di Firenze Il tempo e la moda: 21 settembre-15 dicembre 1996].

Martin, Richard, *Gianni Versace*, The Metropolitan Museum of Art, New York 1997 [Catalogo della mostra: New York, The Metropolitan Museum of Art, 1 dicembre 1997-22 marzo 1998].

Martin, Richard, *Versace*, London, Thames and Hudson, 1997.

Meisel, Steven, *Steven Meisel. Four days in LA: the Versace pictures*, White Cube, London 2001 [catalogo della mostra di Steven Meisel, *Four days in LA: the Versace pictures*, White Cube, Hoxton Square, London, 19 luglio - 1 settembre 2001].

The naked & the dressed: 20 years of Versace by Avedon, New York, Random House, 1998.

Versace signatures, Abbeville Press, New York 1992 [Catalogo della mostra: New York, Fashion Institute of Technology, novembre 1992-gennaio 1993].

Versace, Gianni, *Do not Disturb*, Milano, Leonardo Arte, 1995.

Versace, Gianni, *Rock and Royalty*, Milano, Leonardo Arte, 1996.

Versace, Gianni, *Vanitas: decori-ricami*, Milano, Leonardo Arte, 1993.

Versace, Gianni, *Vanitas: designs*, Milano, Leonardo Arte, 1994.

Versace, Gianni, *Vanitas: l'uomo senza cravatta*, Milano, Leonardo Arte, 1994.

Versace, Gianni, *Vanitas: lo stile dei sensi*, Milano, Leonardo Arte, 1991.

Versace, Gianni, *Vanitas: ricami-decori*, Milano, Leonardo Arte, 1993.

Versace, Gianni, *Versace Teatro: dall'Hermitage al Covent Garden*, Milano, F. M. Ricci, 1992.

Versace, Gianni, *Versace Teatro: dalla Scala all'Hermitage*, Milano, F.M. Ricci, 1987.

Versace, Gianni, Versace, Donatella, e Marco Parma, *South Beach stories by Gianni & Donatella Versace*, Milano, Leonardo Arte, 1993.

Versace: *il genio della moda e l'arte*, a cura di Massimiliano Capella e Patrizia Cucco, Milano, Mazzotta, 2006 [Catalogo della mostra: Ciliverghe di Mazzana (Brescia), Musei Mazzucchelli, 5 maggio-29 ottobre 2006].

Versace, Donatella, Frisa, Maria Luisa e Stefano Tonchi (a cura di), *Versace*, New York, Rizzoli International, 2016.

Wilcox, Claire, Mendes, Valerie D., e Chiara Buss, *The Art and craft of Gianni Versace*, London, V&A Publications, 2002.

Bibliografia generale

"A Brief Statement Concerning the Set-up of the Museum of Costume Art" [1941], January 14, 1941, Metropolitan Museum of Art Archives Office of the Secretary Subject Files 1870-1950, C82393: "Costume Art Museum 1936-44, 1946".

"The First Monday in May", film diretto da Andrew Rossi, Magnolia Pictures USA 2016.

20 anni di «Vogue Italia», 1964-1984, a cura di Franco Sartori, Milano, Condé Nast, 1984.

Adburgham, Alison, *Clothes Past*, The Guardian, 22 June 1962: 8.

Agamben, Giorgio, 'Notes on Gesture' in: *Infancy and History: Essays on the Destruction of Experience*, trans. Liz Heron, London, Verso, 1993.

Agamben, Giorgio, *Che cos'è il contemporaneo*, Roma, Nottetempo, 2008.

Alpers, Svetlana, *The Museum as a Way of Seeing*, in I. Karp and S. Lavine (eds), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, Washington, Smithsonian Institution Press, 1991, pp. 25-32.

Anaya, Suleman, *Are Blockbuster Museum Shows Helping or Hurting Smaller Fashion Exhibitions?*, Business of Fashion, June 12, 2013, online: <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/are-blockbuster-museum-shows-helping-or-hurting-smaller-fashion-exhibitions> [ultimo accesso 13 giugno 2013].

Anderson, Fiona, *Museums as Fashion Media*, in Stella Bruzzi and Pamela Church Gibson (eds), "Fashion Cultures: Theories, Explorations and Analysis", Routledge, London 2000, pp. 371-389.

Anyan, Jennifer and Philip Clarke, *The role of the stylist in hypermodern image-making*, Conference Paper, "Fashion Colloquia", London College of Fashion, London 2011 [May 11, 2013] from: <http://fashion.arts.ac.uk/media/research/documents/jennifer-anyan-&-clarke.pdf>

Appadurai, Arjun, *Introduction: Commodities and the Politics of Value*, in A. Appadurai (ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986, pp.3-63.

Appadurai, Arjun, *Modernità in polvere*, Roma, Meltemi, 2001 [1996].

Arnold, Janet, *A Handbook of Costume*, New York, SG Phillips, 1973.

Arnold, Janet, *Costumes at Palazzo Pitti, Florence*, The Burlington Magazine 126 (975), 1984, pp. 371-378.

Arnold, Rebecca, *Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the 20th Century*, New Brunswick, Rutgers University Press, 2001.

Arnold, Rebecca, *Fashion: A Very Short Introduction*, Oxford-New York, Oxford University Press, 2009.

Aronowsky Cronberg, Anja (ed.), *On Material Memories*, Vestoj, the Journal of Sartorial Matters, n.1, 2009.

Aschengreen Piacenti, Kirsten, Chiarini, Marco e Sandra Pinto (a cura di), *Curiosità di una reggia: Vicende della guardaroba di Palazzo Pitti* [Catalogo della mostra: Firenze, Palazzo Pitti, gennaio-settembre 1979], Firenze, Centro Di, 1979.

Ashelford, Jane, *The Art of Dress: Clothes and Society 1500-1914*, London, National Trust Enterprises, 1996.

Assmann, Aleida, *Ricordare*, Bologna, Il Mulino, 2002.

Association Valentino Garavani Archives [2012], Valentino Garavani Museum, online <http://www.valentinogaravanimuseum.com/> [ultimo accesso 4 dicembre 2017].

Atti della conferenza internazionale «Per un Museo della Moda»: 27 marzo 1981. s.l.: s.n., 1981.

AVEDON:Advertising, The Richard Avedon Foundation, New York, Abrams, 2019.

Baglioni, Roberto e Fabio Del Giudice, *L'impresa dell'archivio. Organizzazione, gestione e conservazione dell'archivio d'impresa*, Firenze, Edizioni Polistampa, 2012.

Bal, Mieke, *Telling Objects. A Narrative Perspective on Collecting*, in J. Elsner & R. Cardinal (eds.), *The Cultures of Collecting*, London, Reaktion Books, 1994.

Bal, Mieke, *The Discourse of the Museum*, in R. Greenberg, B. W. Ferguson, and S. Nairne (eds.), *Thinking about Exhibitions*, London, Routledge, 1996, pp. 145-158.

Baldacci, Cristina, *Archivi impossibili. Un'ossessione dell'arte contemporanea*, Monza: Johan & Levi, 2016.

Barnard, Malcolm, *Fashion and Communication*, London, Routledge, 2002.

Barnard, Malcolm, *Fashion Theory: A Reader*, London-New York, Routledge, 2007.

Barnard, Malcom, *Fashion Theory. An Introduction*, London, Routledge, 2014.

Barthes, Roland, *Image, Music, Text*, trad. S. Heath, Glasgow, Fontana/Collins, 1978.

Barthes, Roland, *L'impero dei segni*, Torino, Einaudi, 1984 [1970].

Barthes, Roland, *La camera chiara. Nota sulla fotografia*, trad. di R. Guidieri, Torino, Einaudi, 1981 [1980].

Barthes, Roland, *Sistema della moda*, trad.it. L. Lonzi, Torino, Einaudi, 1970 [1967].

Barthes, Roland, *The Death of the Author*, in *Image/Music/Text*, trad. Stephen Heath, Glasgow, Fontana-Collins, 1977, pp. 142-148.

Bartlett, Djurdja, Cole, Shaun, e Agnès Rocamora (a cura di), *Fashion Media: Past and Present*, New York-Oxford, Bloomsbury, 2013.

Bass-Krueger, Maude, *Fashion Collections, Collectors, and Exhibitions in France, 1874-1900: Historical Imagination, the Spectacular Past, and the Practice of Restoration*, "Fashion Theory", DOI: 10.1080/1362704X.2018.1425354, pubblicato online il 31 gennaio, 2018 [ultimo accesso 22 marzo 2020].

Baudrillard, Jean, *The System of Objects*, London, Virgo, 1968.

Baudrillard, Jean, *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli, 1979.

Baumet, Stéphane, De Beaupré Marion e Ulf Poschardt (a cura di), *Archeologia dell'eleganza. 1980-2000. 20 anni di fotografia di moda*, Roma, Contrasto, 2002.

Bauzano, Gianluca, *Mannequins Bonaveri: A History of Creativity, Fashion, and Art*, Milano, Skira, 2012.

Baxandall, Michael, *Exhibiting Intention: Some Preconditions of the Visual Display of Culturally Purposeful Objects*, in I. Karp and S. Lavine (a cura di), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, Washington, Smithsonian Institution Press, 1991, pp. 33-41.

Baxandall, Michael, *Patterns of Intention: On the Historical Explanation of Pictures*, New Haven, Yale University Press, 1985.

Belfanti, Carlo Marco, *Civiltà della moda*, Bologna, Il Mulino, 2008.

Benjamin, Walter, *Angelus novus. Saggi e frammenti*, a cura di R. Solmi, Torino, Einaudi, 1962 [1955].

Benjamin, Walter, *Opere complete*, vol. IX, I "passages" di Parigi, a cura di R. Tiedemann, ed it. a cura di E. Ganni, Torino, Einaudi, 2000 [1982].

Benjamin, Walter, *Sul concetto di storia*, in *Opere complete*, vol. VII, *Scritti 1938-1940*, a cura di R. Tiedemann, ed it. a cura di E. Ganni con la collaborazione di H. Riediger, Torino, Einaudi, 2006 [1972-1989], pp. 483-493.

Benjamin, Walter, *Tesi di filosofia della storia*, Milano-Udine, Mimesis, 2012.

Benjamin, Walter, *The Arcades Project*, Cambridge, Harvard University Press, 2002.

Benjamin, Walter, *Aura e choc. Saggi sulla teoria dei media*, a cura di Andrea Pinotti e Antonio Somaini, Torino, Einaudi, 2012, p. 419.

Bennett, Tony, *Pedagogic Objects, Clean Eyes and Popular Instruction: On Sensory Regimes and Museum Didactics*, "Configurations" 6 (3), 1998: 345-371.

Bennett, Tony, *The Birth of the Museum*, London, Routledge, 1995.

Berselli, Silvia e Laura Gasparini, *L'archivio fotografico*, Bologna, Zanichelli, 2000.

Black, Sandy, (a cura di), *Fashioning Fabrics. Contemporary Textiles in Fashion*, London, Black Dog Publishing, 2006.

Black, Sandy, et al. (eds.) *Handbook of Fashion Studies*, London and New York, Bloomsbury, 2013.

Bobbioni, Maria Pia (a cura di), *Stilista e designer a braccetto con l'artista*, "Arbiter", vol. 56, no. 2 (marzo-aprile 1983).

Boccardi, Andrea, Ciappei, Cristiano, Zollo, Lamberto, e Maria Carmen Laudano, (eds.), "The Role of Heritage and Authenticity in the Value Creation of Fashion Brand", in *International Business Research*, vol. 9, No. 7, 2016, pp. 135-143.

Boese, Kent C., *Art Ephemera: Relics of the Past, or Treasures for Posterity?*, "Art Documentation: Journal of Art Libraries" 25.1, (2006): 34-37.

Bok Kim, Sung, *Is Fashion Art?*, "Fashion Theory" 2 (1), 1998: 51-72

Bolton, Andrew, *Camp: Notes on Fashion*, curated by Andrew Bolton, with Karen Van Godtsenhoven e Amanda Garfinkel, The Metropolitan Museum of Art, New Haven and London, Yale University Press, 2019 [catalogue of the exhibition "Camp: Notes on Fashion", curated by Andrew Bolton, Anna Wintour Costume Center, The Metropolitan Museum of Art, New York, May 9 - September 8, 2019].

Bolton, Andrew, with Drake Boehm, Barbara, Cataldi Gallo, Marzia, Griffith Mann, C., Morgan, David, Cardinal Ravasi, Gianfranco and David Tracy, David, [eds.], *Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination*. Images by Katerina Jebb [Exhibition catalogue: New York, The Met Fifth Avenue; The Met Cloisters, 10 may-8 october 2018], New York, The Metropolitan Museum of Art, 2018.

Bonami, Francesco, Frisa, Maria Luisa e Stefano Tonchi, *Human Game: vincitori e vinti*, [Catalogo della mostra: Firenze, Stazione Leopolda 22 giugno - 21 luglio 2006], Firenze, Fondazione Pitti Discovery, 2006.

Bonami, Francesco, Frisa, Maria Luisa e Stefano Tonchi, *Uniforme. Ordine e Disordine* [Catalogo della mostra: Firenze, Stazione Leopolda, 11 gennaio - 18 febbraio 2001], Milano, Charta, 2001.

Bonito Oliva, Achille, "Quella immagine prestigiosa in ogni parte del mondo." *Attualità e cultura*, supplemento di *Avanti!*, [16 gennaio 1983].

Bourdieu, Pierre, *Outline of a Theory of Practice*, trans. Richard Nice, Cambridge, Cambridge University Press, 1977.

Bourdieu, Pierre, *The Logic of Practice*, trans. Richard Nice, Cambridge, Polity Press, 2000

Bourriaud, Nicolas, *Post Production. La culture comme scénario: comment l'art reprogramme le monde contemporain*, New York, Sternberg, 2002; [ed. italiana *Postproduction. Come l'arte riprogramma il mondo*, Milano, Postmedia, 2004].

Bowles, Hamish, *Vogue and the Metropolitan Museum of Art Costume Institute: Parties, Exhibitions, People*, New York, Abrams, 2014.

Brand, Jan, Teunissen, José, Muijnck, Catelijne de., and Jos Arts [eds.], *Fashion and Imagination. About Clothes and Art*, ArtEZ Press, Arnhem 2009.

Brandstetter, Gabriele, *Poetics of Dance: Body, Image and Space in the Historical Avant-Gardes*, trans. Elena Polzer with Mark Franco, Oxford, Oxford University Press, 2015.

Brandstetter, Gabriele, *Pose-Posa-Posing: Between Image and Movement*, in: Elke Bippus and Dorothea Mink [eds.], *Fashion Body Cult*, Stuttgart, Arnoldsche Art Publishers, 2007.

Braudel, Fernand, *Storia e scienze sociali. La "lunga durata"*, in Id., *La storia e le altre scienze sociali*, Bari, Laterza, 1982 [1958], pp.153-193.

Breakell, Sue, Perspectives: "Negotiating the archive", *Tate's online research Journal*, www.tate.org.uk/research/tateresearch/08/spring.

Breward, Christopher, *Between the Museum and the Academy: Fashion Research and its Constituencies*, "Fashion Theory", 12.1, [2008]: 83-93

Breward, Christopher, *Culture, Identities, Histories: Fashioning a Cultural Approach to Dress*, "Fashion Theory" 2.4, [1998]: 301-314.

Breward, Christopher, and Caroline Evans, *Fashion and Modernity*, Oxford-New York, Berg, 2005.

Breward, Christopher, *Fashion*, Oxford-New York, Oxford University Press, 2003.

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

Bringing the Past to Life, "The New York Times", 13 August 1911: 8.

Brooks, Mary M. and Dinah D. Eastop [eds.], *Refashioning and Redress: Conserving and Displaying Dress*, Los Angeles, Getty Conservation Institute, 2016.

Brooks, Mary M., *Reflecting Presence and Absence: Displaying Dress of Known Individuals*, in Mary M. Brooks and Dinah D. Eastop [eds.], *Refashioning and Redress: Conserving and Displaying Dress*, Getty Conservation Institute, Los Angeles 2016, pp.19-32.

Brown, Judith, *Glamour in Six Dimensions: Modernism and the Radiance of Form*, Ithaca-London, Cornell University Press, 2009.

Brown, Bill, *Thing Theory*, "Critical Inquiry" 28.1 (2001): 1-22.

Brown, Bill [ed.], *Things*, Chicago-London, University of Chicago Press, 2004.

Bruno, Giuliana, *Atlante delle emozioni*, Milano, Bruno Mondadori, 2006.

Buck, Anne, *Costume. Handbook for Museum Curators*, Part D: Art, Section 3, London, Museums Association, 1958.

Bulegato, Fiorella, *I musei d'impresa. Dalle arti industriali al design*, Roma, Carocci, 2008.

Burke, Peter [ed.], *New Perspectives on Historical Writing*, University Park, The Pennsylvania State University Press, 2001.

Burke, Peter, *Eye witnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, Ithaca, Cornell University Press, 2001.

Burman Baines, Barbara, *Fashion Revivals from the Elizabethan Age to the Present Day*, London, B.T. Batsford, 1981.

Burton, Anthony, *Vision and Accident: The Story of the Victoria and Albert Museum*, London, V&A Publications, 1999.

Butazzi, Grazietta e Alessandra Mottola Molino, *L'uniforme borghese*, Novara, De Agostini, Idee di moda, 1991.

Butazzi, Grazietta e Alessandra Mottola Molino, "Per una metodologia della ricerca", in *La moda Italiana. Le origini dell'alta moda e la maglieria*, Milano, Electa, 1987.

Butazzi, Grazietta [a cura di], *1922-1943: Vent'anni di moda italiana* [Catalogo della mostra: Milano, Museo Poldi Pezzoli, 5 dicembre 1980 - 25 marzo 1981], Firenze, Centro Di, 1980.

Byrde, Penelope, Staniland, Kay, Tozer, Jane, Tarrant, Naomi, and Santia Levey, *The Collections and Collecting Policies of the Major British Museums*, "Textile History" 15 (2), 1984: 147-170.

Byrde, Penelope, *The Museum of Costume and Fashion Research Centre in Bath*, The Tenth West of England Antiques Fair, Bath 1985.

Calefato, Patrizia, *Gli intramontabili. Mode, persone, oggetti che restano*, Roma, Meltemi, 2009.

Calefato, Patrizia, *Moda, corpo, mito. Storia, mitologia e ossessione del corpo vestito*, Roma, Castelveccchi, 1999.

Calefato, Patrizia, *The Angel of Fashion*, in "Vestoj. The Journal of Sartorial Matters", vol. I, 2009, pp. 137-143.

Calvino, Italo, *Perché leggere i classici*, Milano, Mondadori, 1991.

Candlin, Fiona, and Raiford Guins (eds), *The Object Reader*, London-New York, Routledge, 2009.

Caratozzolo, Vittoria Caterina, Clark, Judith e Maria Luisa Frisa, *Simonetta. La prima donna della moda italiana* [Catalogo della mostra: Galleria del Costume di Palazzo Pitti, Firenze, 9 gennaio - 17 febbraio 2008], Venezia-Firenze, Marsilio / Fondazione Pitti Discovery, 2008.

Carlyle, Thomas, *Sartor Resartus*, London, Dent, 1959 [1883-4].

Cathcart, Michael and Anna Frey Taylor, *Does Fashion Belong in Art Galleries?*, "Books and Arts Daily", 25 November 2014, online: <http://www.abc.net.au/radionational/programs/booksandarts/does-fashion-belong-in-art-galleries/5908890> (ultimo accesso 14 dicembre, 2017).

Cavallo, Adolph S., *Fashion Plate: An Opening Exhibition for the New Costume Institute*, The Metropolitan Museum of Art Bulletin 30 (1) (August-September 1971): 44-48.

Celant, Germano, Sischy, Ingrid, e Luigi Settembrini (a cura di), *Il tempo e la moda* [Catalogo delle mostre: Firenze, Biennale di Firenze, "Il Tempo e la Moda", 1996], Milano, Skira, 1996.

Chiarelli, Caterina, *Dal guardaroba al museo: dinamismo e metamorfosi della Galleria del Costume*; fotografie di Paolo Bacherini, Livorno: Sillabe, 2009.

Chiarelli, Caterina, *Galleria del Costume. Il laboratorio di restauro dei tessili a Palazzo Pitti*, Bollettino degli Amici di Palazzo Pitti, 2010, Firenze, Edizioni Polistampa, 2011, pp 58-67.

Chrisman-Campbell, Kimberly, *Confessions of a Costume Curator*, "The Atlantic", 18 August 2017, online: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2017/08/confessions-of-a-costume-curator/536961/> (ultimo accesso 22 agosto, 2017)

Clark, Hazel and Annamari Vänskä, *Introduction: Fashion Curating in the Museum and Beyond*, in Annamari Vänskä and Hazel Clark (eds.), *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, London, Bloomsbury, 2017, pp. 1-15.

Clark, Judith, and Adam Phillips (eds), *The Concise Dictionary of Dress* [Exhibition catalogue: London, Blythe House, 28 April - 27 June 2010], London, Violette Editions, 2010.

Clark, Judith, *Evidence*, in "Archivist", edited by Jane Howard and Dal Chodha, issue two, Archivist Editions, January 2016.

Clark, Judith, "Re-Styling History: D.V. at the Costume Institute", in *Diana Vreeland: The Eye Has to Travel*, Lisa Immordino Vreeland (ed.), New York, Abrams, 2011, pp. 224-243.

Clark, Judith and Amy De la Haye, *Exhibiting Fashion: Before and After 1971*, London-New Haven, Yale University Press, 2014.

Clark, Judith e Maria Luisa Frisa, *Diana Vreeland After Diana Vreeland* [Catalogo della mostra: Venezia, Palazzo Fortuny, 10 marzo-26 giugno 2012], Venezia, Marsilio, 2012.

Clark, Judith, Phillips, Adam, Alison, Jane and Sinéad McCarthy, *The Vulgar: Fashion Redefined* [Exhibition catalogue: London, Barbican Art Gallery, 13 October 2016 - 5 February 2017], London, Koenig / Barbican, 2016.

Clark, Judith, *Handbags: The Making of a Museum*, New Haven, Yale University Press / Simone Handbag Museum, 2012.

Clark, Judith, *Installing Allusions*, in *The Art of Fashion: Installing Allusions*, a cura di Judith Clark, José Teunissen [Catalogo della mostra: Rotterdam, Museum Boijmans Van Beuningen, 19 settembre 2009 - 10 gennaio 2010], Rotterdam, Museum Boijmans Van Beuningen, 2009, pp 12-17.

Clark, Judith, *Spectres: When Fashion Turns Back* [Catalogo della mostra: Antwerpen, ModeMuseum, 18 settembre 2004 - 30 gennaio 2005; London, Victoria and Albert Museum, 24 febbraio - 8 maggio 2005], London, V&A, 2005.

Clark, Judith (a cura di), *Cristóbal Balenciaga, Moda y Patrimonio - Contextos [Cristóbal Balenciaga. Fashion and Heritage - Conversations]*, mostra curata da Judith Clark al Cristóbal Balenciaga Museo, Getaria (San Sebastian), 24 marzo 2018 - 24 gennaio 2019.

Clarke, Paul, and Julian Warren, *Ephemera: Between Archival Objects and Events*, "Journal of the Society of Archivists" 30.1 (2009): 45-66.

Clifford, James, *Collecting Ourselves*, in S. M. Pearce (ed.), *Interpreting Objects and Collections*, London, Routledge, 1994, pp.258-268.

Colaiacomo, Paola, e Vittoria Caterina Caratozzolo, *Cartamodello. Antologia di scrittori e scritture sulla moda*, Roma, Luca Sossella, 2000.

Colaiacomo, Paola, e Vittoria Caterina Caratozzolo, *Mercanti di stile. Le culture della moda dagli anni '20 a oggi*, Roma, Editori Riuniti, 2002.

Colburn, Mae, *Curation and Conservation: And Interview with Sarah Scaturro*, "Fashion Projects: On Fashion Curation" 5, 2018: 44-49.

Collingwood, Robin George, *The Idea of History*, Thomas Malcolm Knox (ed.), Oxford, Clarendon Press, 1946.

Connerton, Paul, *How Societies Remember*, Cambridge-New York, Cambridge University Press, 1989.

Conseguenze impreviste. Arte, moda, design: ipotesi di nuove creatività in Italia. Catalogo della mostra, Prato, Centro storico, 18 dicembre 1982-28 febbraio 1983, vol. 3. Firenze, Electa, 1982.

Crawley, Greer and Donatella Barbieri, *Dress, Time, and Space: Expanding the Field through Exhibition Making*, in S. Black et al. (eds.), *The Handbook of Fashion Studies*, 44-60, London, Bloomsbury, 2013, pp. 44-60.

Cumming, Valerie, *Understanding Fashion History*, London, BT Batsford, 2004.

Danese, Elda, e Leopoldina Fortunati, *Manuale di comunicazione, sociologia e cultura della moda*, vol.III, *Made in Italy*, Roma, Meltemi, 2005.

Dannehl, Karin, *Object biographies: From Consumption to Production*, in *History and Material Culture*, edited by Karen Harvey, London-New York, Routledge, 2009, pp.123-138.
Davis, Fred, *Moda. Cultura, identità, linguaggio*, Bologna, Baskerville, 1993.

De Certeau, Michel, *The Practice of Everyday Life*. [1984], trans. Steven Rendell, Berkeley, Los Angeles and London, University of California Press, 1988.

De Certeau, Michel, *The Writing of History*, New York, Columbia University Press, 1992.

De la Haye, Amy, *Material Evidence: London Couture, 1947-57*, in Claire Wilcox (ed) *The Golden Age of Couture: Paris and London 1947-57*, London, V&A Publications, 2007, pp. 89-112.

De La Haye, Amy and Elizabeth Wilson, *Introduction*, in A. De La Haye e E. Wilson (eds.), *Defining Dress: Dress as Object, Meaning and Identity*, 1-9, Manchester, Manchester University Press, 1999.

De la Haye, Amy, and Judith Clark, [2008], *One Object: Multiple Interpretations*, "Fashion Theory", 12 (2): 137-169.

De la Haye, Amy, *Materiality*, in *The Handbook of Fashion Studies*, edited by Sandy Black, Amy de la Haye, Joanne Entwistle, Agnès Rocamora, Regina A. Root, Helen Thomas, Oxford-New York, Bloomsbury, 2014, pp.231-234.

De Perthuis, Karen, *Beyond Perfection: The Fashion Model in the Age of the Digital Manipulation*, in *Fashion as Photograph. Viewing and Reviewing Images of Fashion*, edited by Eugénie Shinkle, London-New-York, IB Tauris, 2008, pp.168-184.

De Pooter, Gabrielle, *Rising Interest in Fashion Exhibition Underlines Relevance of European Fashion*, online: http://www.europeana.eu/portal/en/blogs/rising_interest_in_fashion_exhibition_underlines_relevance_of_europeana_fashion [ultimo accesso 15 novembre 2017]

Debo, Kaat, *Backstage. A Fashion Museum*, in *Selection I: Backstage* [Exhibition catalogue: Antwerpen, ModeMuseum, 21 september 2002 - 16 february 2003], Antwerpen-Gent, Ludion, 2002, pp.11-18.

Debord, Guy, *La società dello spettacolo*, trad. it. P. Salvadori, F. Vasarri, Milano, Baldini & Castoldi, 2018 [1967].

Dekker, Annet (ed.), *Lost and living (in) archives. Collectively shaping new memories*, Amsterdam, Vali, 2017.

Deleuze, Gilles, *Differenza e ripetizione*, Milano, Raffaello Cortina, 1997 [1968].

Denegri, Dobrila, *When Time Becomes Space*, in L. Marchetti (a cura di), *Fashion Curating: Understanding Fashion through the Exhibition*, 299-301, HEAD, Geneva 2016, pp.299-301.

Derrida, Jacques, *Archive Fever: A Freudian Impression*, Chicago-London, University of Chicago Press, 1998.

Design e immaginario. Oggetti, immagini e visioni fra rappresentazione e progetto, a cura di Paola Proverbio e Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia, Padova, Il Poligrafo, 2016.

Dieffenbacher, Fiona, *Fashion Thinking: Creative Approaches to the Design Process*, Oxford-New York, Bloomsbury, 2013.

Differences, special issue on the index edited by Mary Ann Doane, vol.18, no.1, 2007.

Dillon, Brian, *Inventory / Talk to the Hand*, "Cabinet", issue 26 / Magic / Summer 2007.

Dorfles, Gillo, *La moda della moda*, Genova, Costa & Nolan, 1984.

Dress History Conference 2019, "Fashion, Self-Reflexivity and the Question of Inspiration", The Courtauld Institute of Art, London, 11th May 2019
<https://courtauld.ac.uk/event/fashion-self-reflexivity-and-the-question-of-inspiration>

Druesedow, Jean L., *In Style: Celebrating Fifty Years of the Costume Institute*, New York, The Metropolitan Museum of Art, 1987.

Du Mortier, Bianca M., *Costume & Fashion*, Amsterdam, Rijksmuseum, 2016.

Dubé, Philippe, *Exhibiting to See, Exhibiting to Know*, "Museum International" 47 (1), 1995: 4-5.

Dubini, Laura, *Esposto al museo il «neobarocco» di Versace*, *Corriere della sera*, (14 aprile 1989).

Durbin, Gail, *Interactive Learning in the British Galleries, 1500-1900*, conference: Interactive Learning in Museums of Art and Design, 17-18 May 2002, online: http://media.vam.ac.uk/media/documents/legacy_documents/file_upload/5752_file.pdf

Eco, Umberto, *Vertigine della lista*, Milano, Bompiani, 2009.

Edwards, Elizabeth, and Janice Hart (eds.), *Photographs, Objects, Histories: On the Materiality of Images*, New York, Routledge, 2004.

Edwards, Elizabeth, *Photographs as Objects of Memory*, in M. Kwinth, C. Breward, e J. Aynsley (eds.), "Material Memories: Design and Evocation", Oxford, Berg, 1999, pp. 221-236.

EFHA International Conference 2019, "Fashion and the Politics of Heritage", London College of Fashion, University of the Arts London, 8-9 November 2019, in collaboration with University of the Arts London, Università Iuav di Venezia, The New School Parsons Paris.

Elsner, John, and Roger Cardinal (eds.), *The Cultures of Collecting*, Cambridge, Harvard University Press, 1994.

Engelke, Matthew, *The objects of Evidence: Anthropological approaches to the production of knowledge*, Oxford-Malden, Blackwell Publishing, 2009.

Entwistle, Joanne, *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*, Cambridge, Polity & Blackwell, 2000.

Entwistle, Joanne, and Elizabeth Wilson (eds.), *Body Dressing. Dress, Body, Culture*, Oxford, Berg, 2001.

Entwistle, Joanne, *The Aesthetic Economy of Fashion. Markets and Values in Clothing and Modelling*, Oxford-New York, Berg, 2009.

Enwezor, Okwui, *Archive Fever. Uses of the Document in Contemporary Art*, Gottingen, Steidl, 2008.

Ernst, Wolfgang, *Archives in Transition. Dynamic Media Memories*, intervento alla conferenza "Media, Memory and the Archive", 6 ottobre 2007, ARGOS Centre for Art and Media, Brussels.

Ernst, Wolfgang, *Art of the Archive*, in Kuenstler.Archiv - Neue Werke zu historischen Bestaenden, hg. v. HelenAdkins, Koeln [Walter Koenig] 2005, 93-101.

Evans, Caroline, *Denise Poiret :muse or mannequin?*, in *Poiret*, edited by Harold Koda and Andrew Bolton [Exhibition catalogue:New York, The Costume Institute, 9 may-5 august 2007], New Haven-London, The Metropolitan Museum of Art / Yale University Press, 2007, pp.27-30.

Evans, Caroline, *Materiality, Memory and History: Adventures in the Archive*, in: Alistair O'Neill (ed), *Isabella Blow: Fashion Galore!* [Exhibition catalogue: London, Somerset House, "Isabella Blow: Fashion Galore!", curated by Alistair O'Neill with Shonagh Marshall, 20 November 2013 - 02 March 2014], London, Rizzoli, 2013, pp.136-141.

Evans, Caroline, *Hard Looks: Modelling McQueen*, in Claire Wilcox (ed), *Alexander McQueen* [exhibition catalogue:London, Victoria and Albert Museum, "Alexander McQueen: Savage Beauty",14 march-2 August 2015], London, V&A Publications, 2015.

Evans, Caroline, *The Evolution of Pose* in: Judith Clark, *Handbags: the Making of a Museum*,London-New Haven, Yale University Press, 2012.

Evans, Caroline, *The Mechanical Smile: Modernism and the First Fashion Shows in France and America 1900-1929*, London and New Haven: Yale University Press, 2013.

Evans, Caroline, *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness*, [London and New Haven: Yale University Press, 2003, paperback edition 2007]. Introduction and Chapter 1 reprinted in: Linda Welters and Aby Lillethun (eds), *The Fashion Reader*, [London, Berg 2007, and 2nd ed 2012]

Evans, Caroline, "The Enchanted Spectacle" in: Ginger Gregg Duggan (ed), special edition on the fashion show of Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture, vol.5, issue 3, September 2001 [USA, Berg, 2001]

Evans, Caroline, 'Yesterday's Emblems and Tomorrow's Commodities: The Return of the Repressed in Fashion Imagery Today' in: Stella Bruzzi & Pamela Gibson (eds), *Fashion Culture*, [Oxford, Routledge, 2000] pp.77-102.

Evans, Caroline, e Alessandra Vaccari (a cura di), *Il tempo della moda*, Milano-Udine, Mimesis, 2019.

Fabietti, Ugo, *Elementi di antropologia culturale*, Milano, Mondadori, 2015.

Farr, Ian, *Memory*, Documents of Contemporary Art, Whitechapel Gallery, London; Cambridge, Massachusetts ,The MIT Press, 2012.

Fashion Digital Memories, Europea Fashion Symposium 2017, in collaborazione con Università Iuav di Venezia e The New School Parson Paris, Venezia 22 - 23 Maggio 2017.

Fashion Projects: On Fashion and Memory, issue 3, February 2010 <http://www.fashionprojects.org/?cat=9>

Kjetil Fallan, Grace Lees-Maffei, *It's personal: subjectivity in design history*, "Design and culture", Vol. 7, issue 1, Bloomsbury 2015, p. 21.

Fava, Elena e Manuela Soldi, "Moda media storia. La ricerca di moda allo Csac", in *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*, a cura di Malvina Borgherini, Sara Marini, Angela Mengoni, Annalisa Sacchi e Alessandra Vaccari, 174-89, Milano, Mimesis, 2018.

Featherstone, Mike, *Archive*, "Theory Culture & Society", May 2006, vol. 23, no. 2-3.

Ferrario, Rachele, *Fare archivi, fare mondi*, Milano, Silvana Editoriale, 2014.

Ferraris, Maurizio, *Documentality.Why is Necessary to leave traces*, trad. Richard Davies, New York, Fordham University Press, 2012.

Flecker, Lara, *A Practical Guide to Costume Mounting*, London, Elsevier, 2007.

Fletcher, Kate, and Mathilda Tham, *Clothing Rythms*, in Ed van Hinte (ed.), *Eternally Yours. Time in Design*, Rotterdam, 010 Publishers, 2003.

Flügel, John C., *The Psychology of Clothes*, London, The Hogarth Press Ltd, 1930.

Flusser, Vilém, *Gestures*, trans. Nancy Ann Roth, Minneapolis-London ,University of Minnesota Press, 2014.

Foreman, Liza, *Fashion museums are à la mode*, "International Herald Tribune", 24 September 2013: 12.

Forman, J., *Fashion à la MoMu: Antwerp's New Museum Combines Earnest Intellectualism and Simple Whimsy*, "The Globe and Mail", 30 November 2002: T3.

Forrest, Regan, *Museum Atmospherics: The Role of the Exhibition Environment in the Visitor Experience*, "Visitor Studies" 16 (2), 2013: 201-216.

Foster, Hal, *An Archival Impulse*, "October" 110, (2004): 3-22

Foucault, Michel, *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*, London, Routledge, 1997.

Foucault, Michel, *L'archeologia del sapere*, Milano, BUR, 2005

Franceschini, Marta, *Navigating fashion: On the role of digital fashion archives in the preservation, classification and dissemination of fashion heritage*, "Critical Studies in Fashion & Beauty", 10:1, 2019, pp. 69-90.

Freeman, H., *The Fine Art of Fashion*, "The Guardian", 21 July 2000: A10.

Frisa, Maria Luisa e Monti, Gabriele (a cura di), *Elda Cecchele in forma di tessuto*, catalogo della mostra a cura di Maria Luisa Frisa con Gabriele Monti [Schio [VI], Spazio Espositivo Lanificio Conte Largo Fusinelle, 5 Dicembre 2010 - 20 febbraio 2011], Venezia, Marsilio, 2010.

Frisa, Maria Luisa e Tonchi, Stefano (a cura di) *Excess: Moda e underground negli anni 80* [Catalogo della mostra: Firenze, Stazione Leopolda, 8 gennaio-8 febbraio 2004], Milano-Firenze, Charta-Fondazione Pitti Discovery, 2004.

Frisa, Maria Luisa e Tonchi, Stefano, *Walter Albini e il suo tempo. L'immaginazione al potere*, Venezia-Firenze, Marsilio / Fondazione Pitti Discovery, 2010.

Frisa, Maria Luisa, "Abito in maglia di metallo Oroton di Gianni Versace", in *Museo Nazionale: 150 opere d'arte della storia d'Italia*, dal programma di Rai Radio3 a cura di Monica D'Onofrio, Milano: Officina Libreria, 2019, pp. 186-189.

Frisa, Maria Luisa, *Le forme della moda. Cultura, industria, mercato: dal sarto al direttore creativo*, Bologna, Il Mulino, 2015.

Frisoni, Maria Luisa, *Lei e le altre. Moda e stili nelle riviste RCS dal 1930 a oggi* [Catalogo della mostra: Milano, Museo della Permanente, 15 settembre-15 ottobre 2011], Venezia-Milano, Marsilio / RCS Periodici, 2011.

Frisoni, Maria Luisa, *Lo sguardo italiano. Fotografie italiane di moda dal 1951 a oggi* [Catalogo della mostra: Milano, Rotonda di via Besana, 25 febbraio-20 marzo 2005], Milano-Firenze, Charta / Fondazione Pitti Discovery, 2005.

Frisoni, Maria Luisa, "Fashion Eyes", in *Lo sguardo italiano. Fotografie italiane di moda dal 1951 a oggi* [Catalogo della mostra: Milano, Rotonda di via Besana, 25 febbraio-20 marzo 2005], Milano-Firenze, Charta / Fondazione Pitti Discovery, 2005, p.15.

Frisoni, Maria Luisa e Colaiacomo, Paola, "Alcune note in ordine sparso sulla moda italiana. La moda della postmodernità", in Durland Spilker Kaye, Sadako Takeda Sharon, *Contro Moda. La moda contemporanea della collezione permanente del Los Angeles County Museum of Art* [Catalogo della mostra: Firenze, Palazzo Strozzi, 12 ottobre 2007 - 20 gennaio 2008; "Breaking the Mode: Contemporary Fashion from the Permanent Collection", Los Angeles, County Museum of Art, 17 settembre 2006 - 7 gennaio 2007], Firenze - Milano, Fondazione Palazzo Strozzi / Skira, 2007, pp. 23-33.

Frisoni, Maria Luisa, Lupano Mario, e Tonchi, Stefano, *Total Living. Moda, architettura, design, arte, comunicazione*, Milano, Charta, 2002.

Frisoni, Maria Luisa, Monti, Gabriele e Tonchi, Stefano, *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971 - 2001* [Catalogo della mostra: Milano, Palazzo Reale, 21 febbraio - 6 maggio 2018], Venezia, Marsilio, 2018.

Frisoni, Maria Luisa, e Tonchi, Stefano, "La bellezza utile", in *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971 - 2001*, a cura di Maria Luisa Frisoni, Gabriele Monti, e Stefano Tonchi [Catalogo della mostra: Milano, Palazzo Reale, 21 febbraio - 6 maggio 2018], Venezia, Marsilio, 2018, pp.3-19.

Frisoni, Maria Luisa, *The Curator's Risk*, «Fashion Theory», 12, 2, 2008, pp.171-180.

Frisoni, Maria Luisa, Tonchi, Stefano, e Mattiolo, Anna, *Bellissima. L'Italia dell'alta moda 1945-1968* [Catalogo della mostra: Roma, MAXXI, 2 dicembre 2014 - 3 maggio 2015], Roma-Milano, MAXXI / Electa, 2014.

Frisoni, Maria Luisa, *Una nuova moda italiana*, Venezia-Firenze, Marsilio / Fondazione Pitti Discovery, 2011.

Frisoni, Maria Luisa, "A proposito della moda in questo millennio", in *Memos. A proposito della moda in questo millennio* [Catalogo della mostra: Milano, Museo Poldi Pezzoli, "Memos. A proposito della moda in questo millennio", ideata e curata da Maria Luisa Frisoni, exhibition making di Judith Clark, 21 febbraio - 4 maggio 2020], Venezia, Marsilio, 2020, pp 18- 33.

Frisoni, Maria Luisa, *Firenze Fashion Atlas*, Venezia, Marsilio, 2014.

Fukai, Akiko, *Dress and Fashion Museums*, translated by Brian Moeran, in J. B. Eicher (ed.), *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: Global Perspectives*, Vol. 10, New York, Berg, 2010, pp.288-293.

Gallery of Fashion at V&A: 360 Years of Styles (1962), The Times, 15 June 1962: 15.

Garland, David, *What is a "History of the Present"? On Foucault's Genealogies and their Critical Preconditions*, "Punishment & Society" vol XVI, n.4, 2014, pp. 365-384.

Geczy, Adam, and Karaminas, Vicki, *Fashion's double. Representations of fashion in painting, photography and film*, London, Bloomsbury, 2016.

Gell, Alfred, *The Anthropology of Time: Cultural Constructions of Temporal Maps and Images*, Oxford, Berg, 1992.

Gell, Alfred, *The Technology of Enchantment and the Enchantment of Technology*, in J. Coote, A. Shelton (eds), *Anthropology, Art and Aesthetics*, Oxford, Clarendon, 1992, pp. 40-66.

Giacomoni, Silvia, *L'Italia della moda fotografata da Alfa Castaldi*, Milano, Mazzotta, 1984.

Giannini, Frida (a cura di), *Gucci: the Making of*, New York, Rizzoli, 2011.

Ginsburg, Madeleine, *The Mounting and Display of Fashion and Dress*, "Museums Journal" 73 (2), 1973: 50-54.

Giordani Aragno, Bonizza, *Callaghan. 1966. La nascita del prêt-à-porter italiano*, Milano, Mazzotta, 1997.

Giordani Aragno, Bonizza (a cura di), *Moda Italia: Creatività, impresa, tecnologia nel sistema italiano della moda* [Catalogo della mostra: New York, Pier 88, aprile 1988], Milano, Domus, 1988.

Giusti, Nicoletta, *Introduzione allo studio della moda*, Bologna, Il Mulino, 2009.

Gnoli, Sofia, *Moda. Dalla nascita della haute couture a oggi*, Roma, Carocci, 2012.

Gosden, Chris, *What do Objects want?*, "Journal of Archaeological Method and Theory", 12.3 (2005), 193-210.

Goldstein, Lori, *Lori Goldstein: Style is Instinct*, New York, Harper, 2013.

Golbin, Pamela, *The System of Fashion*, in P. Berge, O. Gabet, P. Golbin, e D. Bruna, *Fashion Forward: 300 Years of Fashion*, New York, Rizzoli, 2017, pp.9-11.

Gormally, Mary Frances, "The House of Worth: Portrait of an Archive", in *Fashion Theory*, 21:1, 2017, pp. 109-126.

Granata, Francesca (a cura di), *Fashion Projects: On Fashion Curation*, 5, 2018

Granata, Francesca, *Fashion Studies in-Between: A Methodological Case Study and an Inquiry of the State of Fashion Studies*, "Fashion theory" 16.1, (2012): 67-82.

Granata, Francesca, *Fitting Sources - Tailoring Methods. A Case Study of Martin Margiela and the Temporalities of Fashion*, in H. Jenss (ed.), *Fashion Studies. Research Methods, Sites and Practices*, London-New York, Bloomsbury, 2016, pp. 148-159.

Grazioli, Elio, *La collezione come forma d'arte*, Milano, Johan & Levi, 2012.

Greenberg, Reesa, Ferguson, Bruce W., and Nairne, Sandy (eds.), *Thinking about Exhibitions*, London, Routledge, 1996.

Gundle, Stephen, *Glamour. A History*, Oxford-New York, Oxford University Press, 2008.

Gunning, Tom, and Uhlirva, Marketa (eds.), *Wearing Time. Past, Present, Future, Dream*, London, Fashion in Film Festival, 10° anniversary, 11 - 26 march 2017].

Harvey, Karen, *Material Culture and History, A Student's Guide to Approaching Alternative Sources*, New York-London, Routledge, 2009, 1-12.

Henare, Amiria, Holbraad, Martin, and Wastell, Sari (eds.), *Thinking through things. Theorising Artefacts Ethnographically*, Oxford-New York, Routledge, 2007.

Henning, Michelle, *Museums, Media and Cultural Theory*, Maidenhead-New York, Open University Press, 2006.

Highmore, Ben, *Michel de Certeau: Analysing Culture*, London, Continuum, 2006.

Highmore, Ben (ed), *The Everyday Life Reader*, London, Routledge, 2002.

History in Clothes, "The Times", 19 June 1962: 9.

History of Styles Shown, "New York Times", 22 June 1964: 30.

Hjemdahl, Anne S., *Exhibiting the Body, Dress and Time in Museums: A Historical Perspective*, in M. R. Melchior and B. Svensson (eds.), *Fashion and Museums: Theory and Practice*, London, Bloomsbury, 2014, pp.117-132.

Hjemdahl, Anne S., *Fashion Time: Enacting Fashion as Cultural Heritage and as an Industry at the Museum of Decorative Arts and Design in Oslo*, "Fashion Practice" 8 (1), 2016: 98-116.

Hobsbawm, Eric, e Ranger, Terence (a cura di), *L'invenzione della tradizione*, Torino, Einaudi, 1983.

Hollander, Anne, *Seeing through Clothes*, Berkeley, University of California Press, 1993.

Hooper-Greenhill, Eilean, *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, London, Routledge, 2000.

Horsley, Jeffrey, *An incomplete Inventory of Fashion Exhibitions since 1971, Introduction to the Inventory*, in Judith Clark, Amy De La Haye, Jeffrey Horsley, *Exhibiting Fashion: Before and After 1971*, New Haven, Yale University Press, 2014, pp 169-245.

Jenkins Keith (ed.), *The Postmodern History Reader*, London, Routledge, 1997.

Jenss, Heike, "Introduction. Locating fashion / Studies: Research methods, sites and practices", in *Fashion Studies*. London-New York, Bloomsbury, 2016.

Jenss, Heike, *Fashioning Memory. Vintage Style and Youth Culture*, London-New York, Bloomsbury, 2015.

Jobling, Paul, *Fashion Spread. Word and Image in Fashion Photography Since 1980*, Oxford-New York, Berg, 1999.

Johnson, Donald C. and Bradley Foster, Helen, *Sense Dress: emotional and sensory experiences of the body and clothes*, Oxford-New York, Berg, 2007.

Jones, Ann R. and Stallybrass, Peter, *Renaissance Clothing and the Materials of Memory*, Cambridge-New York, Cambridge University Press, 2000.

Jordanova, Ludmilla, *The Look of the Past. Visual and Material Evidence*, Cambridge, Cambridge University Press, 2012.

Kaplan, Flora, *Exhibitions as Communicative Media*, in E. Hooper-Greenhill (ed.), *Museum, Media, Message*, London, Routledge, 2002, pp.37-59.

Karaminas, Vicki and Geczy, Adam, *Fashion and Art*, London, Berg Publishers, 2012.

Katzberg, Michael, *Illuminating Narratives: Period Rooms and Tableaux Vivants*, in S. Dudley, A. J. Barnes, J. Binnie, J. Petrov, e J. Walklate (eds.), *The Thing about Museums: Objects and Experience, Representation and Contestation*, London, Routledge, 2011, pp. 131-142.

Kawabata, Sueo, *The Standardization and Analysis of Hand Evaluation*, Osaka, The Textile Machinery Society of Japan, 1980.

Kawamura, Yuniya., *La moda*, Bologna, Il Mulino, 2006.

Kawamura, Yuniya, *Doing Research in Fashion and Dress: An Introduction to Qualitative Research*, London-New York, Bloomsbury, 2011.

Kawamura, Yuniya, *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, Berg, 2006.

Khan, Nathalie, *Cutting the Fashion Body: Why the Fashion Image is no Longer Still*, "Fashion Theory" 16.2 (2012): 235-250.

Kjølborg, Torunn, *Museums and Material Knowledge: The V&A as a Source in Fashion and Textile Design Research*, in B. Cook, R. Reynolds, e C. Speight (eds.), *Museums and Design Education: Looking to Learn, Learning to See*, Ashgate, Aldershot 2010, pp. 113-124.

Knell, Simon, *The Intangibility of Things*, in S. Dudley (ed.), *Museum Objects: Experiencing the Properties of Things*, London, Routledge, 2012, pp. 324-335.

Koda, Harold, *Dress Rehearsal: The Origins of the Costume Institute* [Exhibition catalogue: New York, The Costume Institute, 1 august - 28 october 2001], New York, The Metropolitan Museum of Art, 2001.

Koda, Harold, *Goddess: The Classical Mode*, [Exhibition catalogue: New York, The Costume Institute, 1 May 2003 - 3 August 2003], New York, The Metropolitan Museum of Art, Yale University Press, 2003.

Koda, Harold, and Yohannan, Kohle. (eds.), *The Model as Muse: Embodying Fashion* [Exhibition catalogue: New York, The Costume Institute, 6 may - 9 august 2009], New York, The Metropolitan Museum of Art, 2009.

Kopytoff, Igor, *The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process* in Arjun Appadurai (ed) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986.

La Moda Italiana: Le origini dell'Alta Moda e la maglieria (vol .I); Dall'antimoda allo stilismo (vol. II), a cura di Gloria Bianchino, Grazietta Butazzi, Alessandra Mottola Molino, Arturo Carlo Quintavalle, Milano, Electa, 1987.

Lacroix, Christian, Saillard, Olivier e Mauriès, Patrick (a cura di), *Christian Lacroix: Histoires de mode* [Catalogo della mostra: Parigi, Les Arts décoratifs-Musée de la mode et du textile, 7 novembre 2007-20 aprile 2008], Paris, Les Arts Décoratifs, 2007.

Latour, Bruno, *Reassembling the Social*, Oxford, Oxford University Press, 2005.

Latour, Bruno, *Where are the Missing Masses? The Sociology of a few Mundane Artefacts*, in Candlin F., and Guins R. (eds), *The Object Reader*, London-New York, Routledge, 2009, pp. 229-254.

Latour, Bruno, *On Actor-Network Theory. A few clarifications plus more than a few complications*, "Soziale Welt", 47.4 (1996): 369-381.

Latour, Bruno, *Re-Assembling the Social. An Introduction to Actor-Network Theory*, Oxford, Oxford University Press, 2007.

Laver, James, De La Haye, Amy, and Tucker, Andrew, *Costume and Fashion: A Concise History*, New York, Thames & Hudson, 2020.

Le Bourhis, Katell, *Fashion and History: A Dialogue* [exhibition catalogue: New York, The Costume Institute Archives, The Metropolitan Museum of Art, 7 december 1992 - 21 march 1993], New York, The Metropolitan Museum of Art, 1992.

Le Goff, Jacques, *Storia e Memoria*, Torino: Einaudi, 1986.

Lehmann, Ulrich, *Tigersprung: Fashion in Modernity*, Cambridge Mass: The MIT Press, 2000.

Lehmann, Ulrich, *Tigersprung: Fashioning History*, "Fashion Theory" 3 (3), 1999: 297-322.

Leopardi, Giacomo, *Dialogo della Moda e della Morte*, in Id., *Operette morali*, a cura di O. Besomi, Milano, Arnoldo e Alberto Mondadori, 1979.

Long, Timothy, "Trending #fashionheritage", intervento presentato in occasione del convegno *Fashion Digital Memories*, European Fashion Symposium 2017, in collaborazione con Università Iuav di Venezia e The New School Parsons Paris, Venezia 22 - 23 Maggio 2017.

Loppa, Linda, *Collecting*, in *Selection I: Backstage* [Exhibition catalogue: Antwerpen, MoMu, 21 september 2002 - 16 february 2003], Antwerpen & Gent, Ludion, 2002, pp. 6-10.

Loschek, Ingrid, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, Oxford, Berg, 2009.

Loscialpo, Flavia, *From the Physical to the Digital and Back: Fashion Exhibitions in the Digital Age*, "International Journal of Fashion Studies" 3 (2), 2016: 222-248.

Lupano, Mario, "L'archivio in mostra: materialità documentaria e dispositivo visionario", in *Archivi e Mostre / Archives and Exhibitions*, atti del primo convegno internazionale *Archivi e Mostre* [organizzato dalla Biennale di Venezia - ASAC, nell'ambito della 13. Mostra Internazionale di Architettura, con la collaborazione della Soprintendenza Archivistica per il Veneto, 20-21 ottobre 2012, Teatro Piccolo Arsenale, Venezia], Venezia, La Biennale di Venezia, 2013, pp. 206-221.

Lupano, Mario, *Immaginari della moda*, in "Ottagono", 47 (253), settembre 2012:30-33

Lupano, Mario, *Perdersi nei cerchi del tempo*, intervento al convegno "Archivi e ricerca", Torino 2001.

Lupano, Mario, e Vaccari, Alessandra (a cura di), *Under the cover*. Archivio Lanerossi: workshop e mostra, a cura di Mario Lupano e Alessandra Vaccari, Università Iuav di Venezia [Schio, Vicenza, 2 maggio - 22 giugno 2012] in occasione di Festival Città Impresa / Le fabbriche delle idee, V Edizione, 2-6 maggio 2012.

Lupano, Mario e Vaccari, Alessandra, *Una giornata moderna. Moda e stili nell'Italia fascista*, Bologna, Damiani, 2009.

Maison Martin Margiela et. al., *Martin Margiela (9/4/1615)*, catalogo della mostra [Rotterdam, Museum Boijmans Van Beuningen, 11 giugno - 17 agosto 1997], Rotterdam, Museum Boijmans Van Beuningen, 1997.

Malafouris, Lambros, *How Things Shape the Mind. A Theory of Material Engagement*, Cambridge Mass, The MIT Press, 2013.

Maleuvre, Didier, *Museum Memories: History, Technology, Art*, Stanford, Stanford University Press, 1999.

Malossi, Giannino (a cura di), *Il motore della moda, spettacolo, identità, design, economia. Come l'industria produce ricchezza attraverso la moda*, New York, The Monacelli Press, 1998.

Marchetti, Luca, *Fashion Curating: Ideas, Issues, and Practices*, in L. Marchetti (a cura di), *Fashion Curating: Understanding Fashion through the Exhibition*, 207-212, HEAD, Geneve 2016

Marchetti, Luca e Segre Reinach, Simona, *Exhibit! La moda esposta: lo spazio della mostra e lo spazio della marca*, Milano, Mondadori, 2017.

Marini, Sara, (a cura di), *Heritage.Orchestra Rehearsal*, Venezia, Bruno, 2017.

Maroevic, Ivo, *Introduction to Museology: The European Approach*, Munich, Verlag Dr Christian Muller-Straten, 1998.

Martin, Richard, *Sailing to Byzantium: A Fashion Odyssey, 1990-1991*, in "Textile & Text", Volume 14, Number 2, Shirley Goodman Resource Center, New York, Fashion Institute of Technology, 1991, pp 3-12 .

Martin, Richard and Koda, Harold (eds.), *Bare Witness* [Exhibition catalogue: New York, The Costume Institute Archives, The Metropolitan Museum of Art, 2 april - 8 august 1996], New York, The Metropolitan Museum of Art, 1996.

Martin, Richard and Koda, Harold (eds.), *Diana Vreeland: Immoderate Style* [Exhibition catalogue: New York, The Costume Institute, 9 december 1993 - 20 march 1994], New York, The Metropolitan Museum of Art, 1993.

Martin, Richard, *Addressing the Dress*, in «The Crisis of Criticism», edited by M. Berger, New York, The New Press, 1998, pp. 51-70.

Martin, Richard, and Koda, Harold (eds.), *The Historical Mode. Fashion and Art in the 1980s* [Exhibition catalogue: New York, Fashion Institute of Technology, 1 november - 27 january 1990], New York, Rizzoli International, 1989.

Masciarriello, Antonio, "Milano, un set per gli stilisti. Il quadrilatero della moda e l'immagine del prêt-à-porter degli anni ottanta", in Vaccari, Alessandra (a cura di), *Moda, città e immaginari*, Università Iuav di Venezia - DCP, Milano: Mimesis, 2016. pp. 238-249

Matteucci, Giovanni, e Marino, Stefano (a cura di), *Philosophical Perspectives on Fashion*, London-New York, Bloomsbury, 2016.

Matthews, David A., *Body Doubles: The Origins of the Fashion Mannequin*, "Fashion Studies" 1 (1), 2018: 1-46, online: <http://www.fashionstudies.ca/bodydoubles/> [ultimo accesso 29 settembre 2018]

Mauss, Marcel, *Techniques of the Body* [1934] in: Jonathan Crary and Sanford Kwinter (eds), *Incorporations*, New York, Zone Books, 1995.

Mbembe, Achille, *The Power of the Archive and its Limits*. In: Hamilton C., Harris V., Taylor J., Pickover M., Reid G., Saleh R. (eds) "Refiguring the Archive", Dordrecht: Springer 2002.

McCarthy, Caitlin, "Some system should have been devised." *The organization (and disorganization) of Charles James's Archive*, <https://www.metmuseum.org/blogs/in-circulation/2016/charles-james-2>.

Mendes, Valerie, Hart, Avril, and De La Haye, Amy, *Introduction*, in N. Rothstein (ed.), *Four Hundred Years of Fashion*, 1-11, London, V&A Publications, 1992.

Mellini, Alessandro, "Musei della moda? Considerazioni teoriche a proposito di un museo della moda per Milano". *Domus Moda*, no. 2, allegato a *Domus*, no. 621 (ottobre 1981).

Menkes, Suzy, *Museum Integrity vs. Designer Control*, "International Herald Tribune", 26 February 2007: 9-10.

Merewether, Charles, (ed), *The Archive. Documents of Contemporary Art*, London and Cambridge Mass, Whitechapel Gallery and MIT Press, 2006.

Mida, Ingrid, and Kim, Alexandra, *The Dress detective*, London: Bloomsbury Visual Arts, 2015.

Mida, Ingrid, *Scholar's Roundtable Presentation: Everyone Their Own Curator: Professionalism and Authority in the Digital Age*, "Dress" 43 (1), 2017: 45-61.

Mida, Ingrid, *Animating the Body in Museum Exhibitions of Fashion and Dress*, "Dress" 41 (1), 2015: 37-51.

Mida, Ingrid, *Fashion in the Vast Museum: An Interview with Alexandra Palmer*, "Fashion Projects: On Fashion Curation" 5, 2018: 56-62.

Mida, Ingrid, *The Enchanting Spectacle of Fashion in the Museum*, "Catwalk: The Journal of Fashion, Beauty, and Style" 4 (2), 2015: 47-70.

Mieke, Bal, *Telling Objects: a Narrative Perspective on Collection*, in John Elsner and Roger Cardinal (eds), *The Cultures of Collecting*, London, Reaktion Books, 1994.

Miessen, Markus and Chateigné, Yann (eds.), *The Archive as a productive space of conflict*, Berlin, Sternberg Press, 2016.

Miller, Daniel, *Per un'antropologia delle cose*, Milano, Ledizioni, 2013, p. 12.

Miller, Daniel, *Materiality*, Durham, Duke University Press, 2005.

Mitchell, William J.T., *Iconology: Image, Text, Ideology*, Chicago, University of Chicago Press, 1986.

Mitchell, William, J.T., *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago, University of Chicago Press, 1995.

Mitchell, William J.T., *What do pictures want? The Lives and Loves of Images*, Chicago, University of Chicago Press, 2005.

Monti, Gabriele, *Immagini in pagina*, in Frisa, Maria Luisa, Monti, Gabriele e Tonchi, Stefano, *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971 - 2001* [Catalogo della mostra: Milano, Palazzo Reale, 21 febbraio - 6 maggio 2018], Venezia, Marsilio, 2018, pp.22-25.

Monti, Gabriele, and Frisa, Maria Luisa (eds.), "Everybody's a curator. Maria Luisa Frisa in conversation with Gabriele Monti" in Luca Marchetti (ed.), "La mode exposée. Penser la mode par l'exposition / Fashion Curating. Understanding Fashion Through the Exhibition", Geneva, HEAD, 2016, pp.259-263.

Monti, Gabriele, "Live set 1: Immagini dall'archivio", in *Elda Cecchele in forma di tessuto*, a cura di Maria Luisa Frisa con Gabriele Monti [Catalogo della mostra: Spazio Espositivo Lanificio Conte Largo Fusinelle - Schio (VI) , 5 Dicembre 2010 - 20 febbraio 2011], Venezia, Marsilio, 2010, pp. 44-49.

Monti, Gabriele, *After Diana Vreeland: The Discipline of Fashion Curating as a Personal Grammar*, "Catwalk", vol. 2, no. 1, 2013.

Monti Gabriele, *Moda e museo: la mostra Are clothes modern? e il Costume Institute*, "AIS/Design. Storia e Ricerche", no. 3, marzo 2014.

Monti, Gabriele, *Moda, curatela, museo: un dibattito lungo un decennio, un decennio lungo quarant'anni*, in «ZoneModa Journal», vol. 9, 1, 2019.

Monti, Gabriele, *Una mostra per definire un museo. 1922-1943: Vent'anni di moda italiana al Poldi Pezzoli*, in *Memos. A proposito della moda in questo millennio* [catalogo della mostra: Milano, Museo Poldi Pezzoli, "Memos. A proposito della moda in questo millennio", ideata e curata da Maria Luisa Frisa, exhibition making di Judith Clark, 21 febbraio - 4 maggio 2020], Venezia, Marsilio, 2020, pp. 36-48.

Monti, Gabriele, *In posa. Modelle italiane dagli anni cinquanta a oggi*, Venezia, Marsilio, 2016.

Monti, Gabriele e Fornari, Davide, *Fashion Studies vs Design Studies*, pubblicato in "FRID 2017: Sul metodo / sui metodi. Esplorazioni per le identità del design" (a cura di Raimonda Riccini), Milano-Udine: Mimesis, 2018, pp.93-98.

Mottola Molino, Alessandra, "Introduzione", in *Gianni Versace. L'abito per pensare*, a cura di Nicoletta Bocca e Chiara Buss [Catalogo della mostra: Milano, Castello Sforzesco - Sala della Balla, 14 aprile - 21 maggio 1989], Milano, Arnoldo Mondadori Editore Arte, 1989, pp. 13-15.

Morini, Enrica, Rizzini, Marialuisa e Rosina, Margherita (a cura di), *Moda Arte Storia Società. Omaggio a Grazietta Butazzi*. Atti del convegno, Como, Fondazione Antonio Ratti, 20 giugno 2014, Como: Nodo Libri, 2016.

Morini, Enrica, *Storia della Moda. XVIII-XXI secolo*, Milano, Skira, 2010.

Moser, Stephanie, *The Devil Is in the Details: Museum Displays and the Creation of Knowledge*, "Museum Anthropology" 33 (1), 2010: 22-32.

Moxey, Keith, *Visual Time. The Image in History*, Durham-London, Duke University Press, 2013.

Mulassano, Adriana, e Castaldi, Alfa, *I Mass-Moda. Fatti e personaggi dell'Italian Look*, Milano, G. Spinelli, 1979.

Muzzarelli, Maria Giuseppina, *Breve storia della moda in Italia*, Bologna, Il Mulino, 2011.

Muzzarelli, Maria Giuseppina, Riello, Giorgio, e Tosi Brandi, Elisa [a cura di], *Moda. Storia e storie*, Milano-Torino, Bruno Mondadori, 2010.

Nead, Lynda, *The Haunted Gallery: painting, photography, film c.1900*, New Haven, Yale University Press, 2007.

Neira Garcia, Luz, "Fashion: Cultural Heritage and the *Made in*", in *ZoneModa Journal*, vol.8, n.1 (2018).

Nora, Pierre, and D. Kritzman, Lawrence D. (eds), *Realms of Memory*, trans. Arthur Goldhammer, New York, Columbia University Press, 1996.

Nora, Pierre, *Between Memory and History: Les Lieux de mémoire*, "Representations", 26, special issue: Memory and Counter-Memory (Spring 1989), 7-24.

O'Doherty, Brian, *Inside the White Cube: l'ideologia dello spazio espositivo*, traduzione di Irene Inserra e Marcella Mancini, Milano: Johan & Levi, 2012.

O'Neill, Alistair, *Cuttings and Pastings*, in Caroline Evans, Christopher Breward (eds.), *Fashion and Modernity*, Oxford-New York, Berg, 2005, pp.175-189.

O'Neill, Alistair, *Exhibition Review: Malign Muses: When Fashion Turns Back and Spectres: When Fashion Turns Back*, "Fashion Theory" 12 (2), 2008: 253-260.

Obrist, Hans U., Von Bismarck, Beatrice, Feldmann, Hans P., Stoller, Diethelm, Wuggenig, Ulf (eds.), *Interarchive: Archival Practices and Sites in the Contemporary Art Field*, Lüneburg and Köln: Verlag der Buchhandlung Walther König, 2002.

Obrist, Hans Ulrich, *Fare una mostra*; con Asad Raza; traduzione di Marina Astrologo, Torino: UTET; Novara: De Agostini libri, 2014.

Osthoff, Simone, *Performing the Archive: the transformation of the archive in contemporary art from repository of documents to art medium*, New York; Dresden, Atropos Press, 2009.

Palmer, Alexandra and Clark, Hazel (eds), *Old Clothes, New Looks: Second Hand Fashion*, New York, Berg, 2004.

Palmer, Alexandra, *Exhibiting Costume*, "Museum Quarterly" 16 (4), 1988: 9-14.

Palmer, Alexandra, *Judith Clark Costume*, London, UK, Fashion Theory, 7:2, 2003, pp. 213-222.

Palmer, Alexandra, *Looking at Fashion: The Material Object as Subject*, in S. Black et al. (eds.), *The Handbook of Fashion Studies*, London, Bloomsbury, 2013, pp. 268-300.

Palmer, Alexandra, *Looking in Research*, conference "Locating Fashion Studies", New York: Parsons School of Design / The New School, 11-12 november 2010.

Palmer, Alexandra, *Permanence and Impermanence: Curating Western Textiles and Fashion at the Royal Ontario Museum*, in A. Vänskä e H. Clark (eds.), *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, London. Bloomsbury, 2018, pp.39-56.

Palmer, Alexandra, *Reviewing Fashion Exhibitions*, "Fashion Theory" 12 (1), 2008: 121-126.

Palmer, Alexandra, *The Royal Ontario Museum Costume and Textile Gallery, 'Measure for Measure'*, "Costume" 24, 1990: 113-116.

Palmer, Alexandra, *Untouchable: Creating Desire and Knowledge in Museum Costume and Textile Exhibitions*, "Fashion Theory" 12 (1), 2008: 31-64.

Pantouvaki, Sofia and Barbieri, Donatella, *Making Things Present: Exhibition-Maker Judith Clark and the Layered Meanings of Historical Dress in the Here and Now*, "Catwalk: The Journal of Fashion, Beauty and Style" 3 (1), 2014: 77-100.

Parmal, Pamela A., *Textile and Fashion Arts: Their Place in History and in Museums*, in P. A. Parmal et al. (eds.), "MFA Highlights: Textile and Fashion Arts", Boston, MFA Publications, 2006, pp.11-21.

Parrot, Nicole, *Mannequins*, trad. Sheila De Vallée, New York, St Martin's Press, 1982.

Paulocik, Chris, *Behind the Seams of an Exhibition*, in Canadian Conservation Institute, *Fabric of an Exhibition: An Interdisciplinary Approach*, Ottawa: Canadian Conservation Institute, 1997, pp. 23-30.

Pavlik, John V., *Media in the Digital Age*, New York, Columbia University Press, New York 2008.

Pearce, Susan M. (ed.), *Interpreting Objects and Collections*, London-New York, Routledge, 1994.

Pearce, Susan M., *Museums, Objects and Collections: A Cultural Study*, London: Leicester University Press, 1992.

Pearce, Susan M., *On Collecting: an Investigation into Collecting in the European Tradition*, London-New York, Routledge, 1995.

Pecorari, Marco, "'The MoMu Effect': On the Relation between Fashion Design and Fashion Museum", in Matteo Ballarin and Maddalena Dalla Mura (eds.), *Museum and Design Disciplines: Proceedings of the conference series held in 2011at the University Iuav of Venice.Venezia: Università Iuav di Venezia*, 2012, pp. 113-128.

Pecorari, Marco, *Fashion archives, museums and collections in the age of the digital*, "Critical Studies in Fashion & Beauty", 10:1, 2019, pp. 3-29.

Pecorari, Marco, "Contemporary Fashion History in Museum", in *Fashion and Museum: Theory and Practice*, edited by Marie Riegels Melchior and Birgitta Svensson, Oxford, Bloomsbury, 2014, pp.46-60.

Pecorari, Marco, *Fashion Remains: The Epistemic Potential of Fashion Ephemera*, Stockholm: Stockholm University, 2015.

Pecorari, Marco, *Vreeland after Vreeland: On Fashion Curating*, "Contributor Magazine", Summer 2012: 56-57.

Pecorari, Marco, "Berg Fashion Library: Archiving the Future", *Fashion Theory*, 16(1), Oxford: Berg, 2012.

Pecorari, Marco, "'Ménage à Trois': Interactions in the Fashion Archive", Nordic Art History Conference, Södertorn University, Stockholm, Sweden, 2012.

Perec, Georges, *Pensare /classificare*, traduzione di Sergio Pautasso, Milano : Rizzoli, 1989.

Perucchi, Lucio, *Simmel e la moda*, in G. Simmel, "La moda", Milano:SE, 1996, pp.71-78.

Petrov, Julia, *Fashion, History, Museums: Inventing the Display of Dress*, London: Bloomsbury, 2019.

Petrov, Julia, *Cross-Purposes: Museum Display and Material Culture*, "CrossCurrents", 62 (2), June 2012: 219-223.

Piaggi, Anna, *D.P. Doppie pagine di Anna Piaggi in «Vogue»*, Milano: Leonardo Arte, 1998.

Postrel, Virginia, *Dress Sense: Why Fashion Deserves Its Place in Art Museums*, "The Atlantic", May 2007: 133.

Potvin, John (ed.), *The Places and Spaces of Fashion: 1800-2007*, London: Routledge, 2009.

Potvin, John, *Fashion and the Art Museum: When Giorgio Armani Went to the Guggenheim*, "Journal of Curatorial Studies" 1 (1), 2012: 47-63.

Potvin, John, "Introduction: Inserting Fashion into Space", in J. Potvin (ed.), *The Places and Spaces of Fashion, 1800-2007*, London: Routledge, 2009, pp.1-15.

Preziosi, Donald and Farago, Claire, "General Introduction: What Are Museums For?", in D. Preziosi e C. Farago (eds.), *Grasping the World: The Idea of the Museum*, 1-10, London: Ashgate, 2004.

Purcell, Kerry W., *The "Design Event": The AntiDesign-Historian and a Poetics of the Object*, *Design and Culture*, 7:1, 2015, pp. 51-64.

Purdy, Daniel L. (ed.), *The Rise of Fashion: A Reader*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2004.

Prown, Jules D., *Style as Evidence*, Winterthur Portfolio, *Journal of American Material Culture* 15 (3), autumn 1980: 197 - 210.

Prown, Jules D., *Mind in Matter: An Introduction to Material Culture Theory and Method*, Winterthur Portfolio, *Journal of American Material Culture*, 17 (1), 1982: 1 - 19.

Quinto, Enrico, e Tinarelli, Paolo (a cura di), *Italian Glamour. L'essenza della moda italiana dal dopoguerra al XXI secolo: la collezione Enrico Quinto e Paolo Tinarelli*, Milano: Skira, 2014.

Remotti, Francesco, *Luoghi e Corpi*, Torino: Bollati Boringheri, 1993.

Renouvier, Charles B., *Uchronie (l'utopie dans l'histoire). Esquisse historique apocryphe du développement de la civilisation européenne tel qu'il n'a pas été, tel qu'il aurait pu être*, Paris: La critique philosophique, 1876.

Ricchetti, Marco, e Cietta, Enrico (a cura di), *Il valore della moda. Industria e servizi in un settore guidato dall'innovazione*, Milano, Bruno Mondadori, 2006.

Ricci, Stefania, *Museo Salvatore Ferragamo. I nostri primi trent'anni*, Firenze, Edifir, 2015, p. 29.

Riccini, Raimonda (a cura di), *FRID 2017: sul metodo/sui metodi. Esplorazioni per le identità del design. Fare ricerca in design: Forum nazionale dei dottorati di design: terza edizione*, Venezia 16-17 novembre 2017, Milano-Udine: Mimesis, 2018.

Riccini, Raimonda, e Proverbio, Paola (a cura di), *Design e immaginario: oggetti, immagini e visioni fra rappresentazione e progetto*, Padova: Il poligrafo, 2016.

Riccini, Raimonda (a cura di), *Fare ricerca in design: Forum nazionale dei dottorati di ricerca in design*, seconda edizione, Padova: Il poligrafo, 2016.

Riccini, Raimonda, *Gli oggetti della letteratura. Il design tra racconto e immagine*, Brescia: ELS La scuola: Morcelliana, 2017.

Riccini, Raimonda, *Pensare la tecnica, progettare le cose: storie dal design italiano 1945-1980*, Bologna: Archetipolibri, 2012.

Riccini, Raimonda, *Imparare dalle cose: la cultura materiale nei musei*, Bologna: CLUEB, 2003.

Riccini, Raimonda, "History from Things: Notes on the History of Industrial Design", *Design Issues*, Vol. 14, No. 3 (Autumn, 1998), pp. 43-64.

Rickards, Maurice, *Collecting Printed Ephemera*, New York, Abbeville Press, 1988.

Ricoeur, Paul, *Memory, History, Forgetting*, transl. Kathleen Blamey and David Pellauer, Chicago-London, University of Chicago Press, 2004.

Ricoeur, Paul, *Narrative Time*, *Critical Inquiry* 7 (1), On Narrative (Autumn 1980): 169-190.

Ridener, John, *From Polders to Postmodernism: A Concise History of Archival Theory*, Duluth, Minnesota: Litwin Books, 2009.

Riegels Melchior, Marie, and Svensson, Birgitta (eds.), *Fashion and museums: Theory and practice*. London, Bloomsbury, 2014.

Riello, Giorgio, and McNeil, Peter (eds.), *The Fashion History Reader. Global Perspectives*, London-New York, Routledge, 2010.

Riello, Giorgio, *The Object of Fashion: Methodological Approaches to the History of Fashion*, "Journal of Aesthetics and Culture" 3 (2011): 1-9.

Robinson, Jane and Pardoe, Tuula (eds.), *An Illustrated Guide to the Care of Costume and Textile Collections*, London: Museums and Galleries Commission, 2000.

Rocamora, Agnès, and Smelik, Anneke(eds), *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, London: I.B. Tauris, 2015.

Rocamora, Agnès, *New Fashion Times. Fashion and Digital Media*, in S. Black et al. (eds.), *The Handbook of Fashion Studies*, London-New York, Bloomsbury, 2013, pp.61-77.

Rudofsky, Bernard, *Are Clothes Modern? An Essay on Contemporary Apparel*, Chicago: Paul Theobald, 1947.

Rudofsky, Bernard, *Il corpo incompiuto*, traduzione di Ettore Capriolo, Milano: A. Mondadori, 1975.

Saillard, Olivier (a cura di), *Cristóbal Balenciaga, collectionneur de modes* [Catalogo della mostra: Parigi, Palais Galliera Musée de la Mode de la Ville de Paris, / Docks, Cité de la Mode et du design, 13 aprile - 28 ottobre 2012], Paris:Ed. Paris Musées, 2012.

Saillard, Olivier, et al. (a cura di), *Anatomie d'une collection* [Catalogo della mostra: Parigi, Palais Galliera Musée de la Mode de la Ville de Paris, 14 maggio - 23 ottobre 2016; 3 novembre 2016 - 12 febbraio 2017], Paris: Ed. Paris Musées, 2016.

Saillard, Olivier, "The Impossible Wardrobe" in *The Impossible Wardrobe* [Catalogo della performance a cura di Olivier Saillard e Tilda Swinton in occasione del Festival d'Automne 2012, Parigi, Palais de Tokyo, 28 settembre - 30 settembre 2012], New York: Rizzoli International, 2015, p 3.

Saillard, Olivier (a cura di), *Il museo effimero della moda* [Catalogo della mostra: Firenze, Gallerie degli Uffizi, Museo della Moda e del Costume, Palazzo Pitti, 14 giugno-22 ottobre 2017], Firenze; Venezia, Fondazione Pitti Immagine Discovery; Marsilio, 2017.

Samuel, Raphael, *Theatres of Memory. Past and Present in Contemporary Culture*, London-New York, Verso Books, 1994.

Sandberg, Mark B., *Living Pictures, Missing Persons: Mannequins, Museums and Modernity*, Princeton, Princeton University Press, 2003.

Sandino, Linda, *Here Today, Gone Tomorrow. Ancient Materiality in Contemporary Cultural Artifacts*, in "Journal of Design History", vol. XVII, n. 3, 2004, pp. 283-293.

Scaturro, Sarah, "Fashion as an event: Conservation and its digital [dis]contents", *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 10:1, 2019, pp. 113-27,

Scaturro, Sarah "Conservation / Explication: The Costume Institute's use of digital technologies for the preservation and interpretation of its Charles James collection", intervento presentato in occasione del convegno *Fashion Digital Memories, European Fashion Symposium 2017*, in collaborazione con Università Iuav di Venezia e The New School Parsons Paris, Venezia 22 - 23 Maggio 2017.

Scaturro, Sarah, Fung, Joyce, *A Delicate Balance: Ethics and Aesthetics at the Costume Institute, Metropolitan Museum of Art, New York*, in M. M. Brooks e D. D. Eastop (eds.), *Refashioning and Redress: Conserving and Displaying Dress*, Los Angeles: Getty Conservation Institute, 2016, pp.159-172.

Scaturro, Sarah, *Confronting Fashion's Death Drive: Conservation, Ghost Labor, and the Material Turn Within Fashion Curation*, in A. Vänskä e H. Clack (eds.), *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, London: Bloomsbury, 2018, pp.21-38.

Scaturro, Sarah, Petersen, Glenn, *Inherent Vice: Challenges and Conservation*, in *Charles James: Beyond Fashion* [Exhibition catalogue, "Charles James: Beyond Fashion", curated by Harold Koda and Jan Glier Reeder: New York, The Costume Institute, 8 May - 10 August 2014], New York; New Haven-London, The Metropolitan Museum of Art; Yale University Press, 2014, pp 233 - 249.

Schiro, Anne Marie, "Bravura Fashion From Italy." *The New York Times*, 5 November 1985.

Schneider, Rebecca, *Performing Remains: Art and War in the time of Theatrical Reenactment*, London, Routledge, 2011.

Schwartz, Joan M., Cook, Terry, *Archives, Records, and Power: the Making of Modern Memory*, in "Archival Science", Kluwer Academic Publishers, 2: 1-19, 2002.

Schweitzer, Marlis, Zerdy, Joanne, *Performing Objects & Theatrical Things*, London: Palgrave Macmillan, 2014.

Segre Reinach, Simona, *La moda. Un' introduzione*, Roma-Bari, Laterza, 2005.

Segre Reinach, Simona, *Mode in Italy: una lettura antropologica*, Milano: Guerini scientifica, 1999.

Sekula, Allan, *The Body and the Archive*, "October", The MIT Press, Vol. 39, Winter 1986: 3-64.

Settembrini, Luigi e Sozzani, Franca (a cura di), *Visitors* [Biennale di Firenze 1996: Firenze, Cappelle Medicee e altre gallerie e musei; Prato, Museo Civico], Milano: Skira, 1996.

Shaw, Christopher, Chase, Malcolm, *The Imagined Past: History and Nostalgia*, Manchester, Manchester University Press, 1989.

Shinkle, Eugénie, *Fashion as Photograph. Viewing and Reviewing Images of Fashion*, London-New York, I. B. Tauris, 2008.

Silverman, Debora, *Selling Culture*, New York, Pantheon, 1986.

Simmel, Georg, *Fashion*, in "The American Journal of Sociology", vol. LXII, n. 6, maggio 1957 [1895], pp. 541-548.

Simmel, Georg, *La moda*, a cura di Anna Maria Curcio, Milano-Udine: Mimesis, 2015.

Smith, LauraJane, *Uses of Heritage*, London-New York, Routledge, 2006.

Soli, Pia (a cura di), *Il genio antipatico: Creatività e tecnologia della moda italiana 1951-1983* [Catalogo della mostra: Roma, Salone dei congressi del parcheggio al Galoppatoio di Villa Borghese, aprile-maggio 1984], Milano, Mondadori, 1984.

Soldi, Manuela, *Rosa Genoni. Moda e politica: una prospettiva femminista fra 800 e 900*, Venezia: Marsilio, 2019.

Sontag, Susan, *The Avedon Eye*, in «Vogue» edizione inglese, dicembre 1978, pp. 174-177.

Stallybrass, Peter, "Marx's Coat", in Patricia Spyer (ed), *Border Fetishisms: Material Objects in Unstable Places*, London-New York, Routledge, 1998.

Stallybrass, Peter, *Worn Worlds: Clothes, Mourning and the Life of Things*, in "The Yale Review", Vol. 81, n. 2, April 1993, p.36.

Stanfill, Sonnet (ed.), *The Glamour of Italian fashion since 1945*, London: V&A Publishing, 2014.

Steedman, Carolyn, *Dust*, Manchester, Manchester University Press, 2002.

Steele, Valerie, *A Museum of Fashion is More than a Clothes Bag*, "Fashion Theory", 2,4, December 1998, 327-336.

Steele, Valerie, *Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition*, "Fashion Theory" 12 (1), 2008: 7-30.

Steele, Valerie, *The Rise of the Fashion Museum*, in V. Steele (ed.), *Fashion Designers A-Z: The Collection of the Museum at FIT*, Koln, Taschen, 2016 [2012], pp.19-31.

Stevenson, N. J., *The Fashion Retrospective*, "Fashion Theory" 12 (2), 2008: 219-236.

Summerfield, P.M., *Guidelines for Curating a Costume and Textiles Collection*, "Curator: The Museum Journal" 23 (4), 1980: 287-291.

Svendsen, Lars Fr. H., *Filosofia della moda*, traduzione di Cristina Falcinella, Parma: Guanda, 2006.

Sykas, Philip, *Caring or wearing?*, "Museums Journal" 87 (3), 1987: 155-157.

Tarrant, Naomi, *Collecting Costume: the Care and Display of Clothes and Accessories*, London, George Allen and Unwin, 1983.

Taylor, Lou, *Doing the Laundry? A Reassessment of Object-Based Dress History*, "Fashion Theory" 2 (4), 1998: 337-358.

Taylor, Lou, *Establishing Dress History*, Manchester, Manchester University Press, 2004.

Taylor, Lou, *The Study of Dress History*, Manchester, Manchester University Press, 2002.

Taylor, Melissa, *Culture Transition: Fashion's Cultural Dialogue between Commerce and Art*, "Fashion Theory" 9 (4), 2005: 445-459.

Textile & Text, Fashion Institute of Technology (FIT) Press, New York 1989-1992.

The Costume Institute of the Metropolitan Museum: In Ten Years It Has Grown from an Idea to a Generating Influence on American Fashion, "Vogue" 109 (5) (March 1, 1947): 210-211, 246, 251.

The Victoria and Albert Museum, "The Times", 1 April 1904: 5.

Tungate, Mark, *Fashion Brands. Branding style from Armani to Zara*, London- Philadelphia, Kogan Page, 2008.

Turkle, Sherry (ed), *Evocative Objects: Things We Think With*, Cambridge Mass, MIT Press, 2007.

Turkle, Sherry, "What makes an object evocative", in *Evocative Objects. Things We Think With*, Cambridge MA, The MIT Press, 2007, pp.307-326.

Vaccari, Alessandra (a cura di), *Moda, città, immaginari*, Milano: Mimesis 2016.

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

Vaccari, Alessandra, "Gli stilisti nel tempo della moda in Italia: 1966, 1977", in Borgherini, Malvina, Marini, Sara, Mengoni, Angela, Sacchi, Annalisa, Vaccari, Alessandra (a cura di), *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*, Milano-Venezia, Mimesis-DCP, 2018, pp. 222-239.

Vaccari, Alessandra, "Per un'autobiografia della moda italiana", in Frisa, Maria Luisa, Monti, Gabriele, Tonchi Stefano (a cura di), *Italiana: l'Italia vista dalla moda 1971-2001*. Venezia: Marsilio, 2018, pp. 222-229.

Vaccari, Alessandra, "The culture of Italian Fashion: Notes for a definition", in Frisa, Maria Luisa, Mattiolo, Anna, Tonchi Stefano (a cura di), *Bellissima. Italy and High Fashion: 1945-1968*. Milano: Electa-Mondadori, 2014, pp. 48-51.

Vaccari, Alessandra, "Il Made in Italy nell'epoca della postproduzione", in: Muzzarelli, Maria Giuseppina, Riello Giorgio, Tosi Brandi, Elisa (a cura di). *Moda. Storia e Storie*. Milano: Bruno Mondadori, 2010, pp. 65-7.

Vaccari, Alessandra, *Il fashion designer e la storia della moda. I discorsi, gli approcci e i modelli interpretativi*. "Dobras", Vol. 11, n. 24, 2018, pp. 9-13.

Vaccari, Alessandra, *Autobiografias de designers de moda como ferramentas para pesquisa histórica / Fashion designers' autobiographies as tool for historical research*. "Moda Palavra", Vol. 8, n. 16, 2015, pp. 5-24.

Vaccari, Alessandra, The Discipline of Fashion Between the Museum and Curating; Diana Vreeland after Diana Vreeland, [review], "Journal of Curatorial Studies", Vol. 2, n. 1, 2013, pp. 134-138.

Vaccari, Alessandra, Writing on Fashion: The Designers' View. In Knowing (by) Designing Conference, Luca, KU Leuven, Bruxelles, 22-23 May 2013.

Vaccari, Alessandra, *Arquivos, arquivismo e design de moda: uma experiência didática*. "Dobras", Vol. 5, 2012, pp. 50- 57.

Van de Peer, Aurélie, *So Last Season: The Production of the Fashion Present in the Politics of Time*, in "Fashion Theory. The Journal of Dress, Body & Culture", vol. XVIII, n. 3, 2014, pp. 317- 334.

Vanska, Annamari, and Clark, Hazel, *Fashion Curating. Critical practice in the museum and beyond*, London-New York, Bloomsbury, 2018.

Venkatesh, Alladi, and Meamber, Laurie A., *Arts and Aesthetics: Marketing and cultural production*, "Marketing Theory" 6.1, (2006): 11-39.

Verbeek, Peter P., *What Things Do: Philosophical Reflections on Technology, Agency and Design*, Pennsylvania, Pennsylvania State University Press, 2005.

Vergani, Guido, "Anche 'L'abito fa pensare' se lo firma il grande stilista". *La Repubblica*, [14 aprile 1989], online [ultimo accesso: 26/04/20]: <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1989/04/14/anche-abito-fa-pensare-se-lo.html>

Vergani, Guido (a cura di), *Dizionario della moda*, Milano: Baldini Castoldi Dalai, 2009.

Vergani, Guido, Malossi, Giannino e Lupi, Italo, *La Sala bianca: nascita della moda italiana* [Catalogo della mostra: Firenze, Palazzo Strozzi, 25 giugno-25 settembre 1992], Milano: Electa, 1992.

Vigarello, Georges, *Le Corps Redressé: Histoire d'un pouvoir pédagogique*, Jean-Pierre Delarge, éditions universitaires, Paris,1978.

Vigarello, Georges, "The Upward Training of the Body from the Age of Chivalry to Courtly Civility", trans. Ughetta Lubin, in Michael Feher (ed) *Zone: Fragments for a History of the Human Body*, Part 2, Cambridge Mass, The MIT Press, 1989.

Vinken, Barbara, *Fashion Zeitgeist. Trends and Cycles in the Fashion System*, transl. Mark Hewson, Oxford-New York, Berg, 2004.

Volonté, Paolo, *Vita da stilista. Il ruolo sociale del fashion designer*, Milano: Bruno Mondadori, 2008.

Vreeland, Diana, and Hemphill, Christopher, *Allure*, New York: Doubleday & Company Inc., 1980.

Waldman, Diane, *Collage, Assemblage and the Found Object*, Phaidon, London 1992

Warburg, Aby, *Mnemosyne. L'Atlante delle immagini*, a cura di Martin Warnke e Claudia Brink. Premessa all'edizione italiana di Nicholas Mann. Traduz. di Bettina Muller e Maurizio Ghelardi, Torino: Aragno, 2002.

Watson, Lorye, *Fashion Exhibit at the Met*, "The New York Times", 24 January 1982, Section 6, p.78.

Weber, Bruce, *Blood Sweat and Tears, Or, How I Stopped Worrying and Learned to Love Fashion*, New York, teNeues, 2005.

Weissman, Polaire, "The Costume Institute: The Early Years.", in Metropolitan Museum of Art, *Vanity Fair: Treasure Trove of the Costume Institute*, n.p., New York: The Metropolitan Museum of Art, 1977.

Wenders, Wim, *L'atto di vedere. The Act of Seeing*, trad. di Roberto Menin Milano, Ubulibri, 1992.

Wittlin, Alma S., *The Museum: Its History and Its Tasks in Education*, London, Routledge & K. Paul, 1949.

Wilson, Elizabeth, *Changing fashion, changing theory: an overview*, conferenza "Moda e Stratificazione sociale", Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 11 maggio 2007.

Wilson, Elizabeth, *Vestirsi di sogni. Moda e modernità*, a cura di Lucia Ruggerone, trad. di Marinella Giambò, Milano, Franco Angeli, 2008 [1985].

Wissinger, Elizabeth, *Modelling a Way of Life. Immaterial and Affective Labour in the Fashion Modelling Industry*, in "Ephemera", vol. VII, n. 1, 2007, pp. 250-269.

Wohlfarth, Irving, *Et Cetera? The Historian as Chiffonnier*, "New German Critique" No. 39, Second Special Issue on Walter Benjamin (Autumn, 1986), pp. 142-168.

Woodward, Sophie, and Fisher, Tom, *Fashioning Through Materials. Material Culture, Materiality and Processes of Materialization*, in "Critical studies in Fashion & Beauty", vol. V, n. 1, 2014, pp. 3-22.

Woodward, Sophie, *Why Women Wear What they Wear*, Oxford, Berg, 2007.

ARTICOLI ONLINE

Frisa, Maria Luisa, *The Concise Dictionary of the Dress*, recensione pubblicata su Domusweb.it, 4 giugno 2010, [10 gennaio 2020]:
<https://www.domusweb.it/it/design/2010/06/04/the-concise-dictionary-of-dress.html>

Burlet, Fleur, "Late Designer Azzedine Alaïa's Personal Couture Archive Revealed - to Students", WWD, 19 Luglio 2019 [3 marzo 2020]:
<https://wwd.com/fashion-news/fashion-features/azzedine-alaia-couture-archive-parsons-paris-carla-sozzani-1203223935/>

Foley, Bridget, "Versace RTW Spring 2018: Twenty years after her brother Gianni Versace's death, Donatella staged a moving show in his honor on Friday evening", WWD, 23 settembre 2017 [24 gennaio 2020]:
<https://wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2018/milan/versace/review/>

Osman, Ahmed, "Inside Dior's unseen archive with Maria Grazia Chiuri", The Business of Fashion, del 12 febbraio 2017 [20 aprile 2020]:
<https://www.businessoffashion.com/articles/bof-exclusive/marking-70-years-of-dior-with-a-new-strategic-archive>

Pinnock, Olivia, "The Growing Popularity Of Fashion Exhibitions", Forbes, 14 Marzo 2019 [26 aprile 2020]:
<https://www.forbes.com/sites/oliviapinnock/2019/03/14/the-growing-popularity-of-fashion-exhibitions/#5c8a0cd8bbb1>

Sherman, Lauren, "For Brands Big and Small, Fashion Archives Can Be a Powerful Asset", The Business of Fashion, 18 Novembre 2013 [12 gennaio 2020]:
<https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/for-brands-big-and-small-fashion-archives-can-be-a-powerful-asset>

Singer, Olivia, "Pierre Bergé on Curating the Legacy of Yves Saint Laurent", Another Magazine, 14 Settembre 2017 [5 gennaio 2020]:
<https://www.anothermag.com/fashion-beauty/10150/pierre-berge-on-curating-the-legacy-of-yves-saint-laurent>

Singer, Sally, "Review: Versace Spring 2018", Vogue, 22 settembre 2017, [24 gennaio 2020]:
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/versace>

Stoppard, Lou, "Fashion brands build museums as archives gain value", Financial Times, 22 luglio 2016 [15 febbraio 2020]:
<https://www.ft.com/content/7d838ca4-27ff-11e6-8ba3-cdd781d02d89>

Vernose, Vienna, "The Most Iconic Fashion Exhibits of All Time: Is Fashion Truly Museum Art?", CR Fashion Book, 28 Marzo 2019 [26 aprile 2020]:
<https://www.crfashionbook.com/fashion/a26950328/the-most-iconic-fashion-exhibits-of-all-time/>

RINGRAZIAMENTI

Maria Luisa Frisa, Gabriele Monti, Alessandra Vaccari,
Mario Lupano, Marta Franceschini, Elda Danese.

La Scuola di dottorato dell'Università Iuav di Venezia, curriculum in Scienze del design:
Raimonda Riccini, Massimiliano Ciammaichella, Laura Badalucco, Fiorella Bulegato
e tutti i professori e ricercatori.

Caroline Evans, Central Saint Martins.
Judith Clark, London College of Fashion.
Marco Pecorari, The New School Parsons Paris.
Patrizia Ranzo, Seconda Università degli Studi di Napoli.

Ringrazio Donatella Versace e Allegra Versace Beck.

Il team dell'Heritage department di Versace:
Francesca Causarano, Eugenia Ioppolo, Nicola Arcuri, Cristina Bergonzi, Eleonora Carafa.

Silvia Berselli, Simona Fulceri, Enrico Quinto, per il contributo tecnico e scientifico alle
attività.

Angelo Azzena, Fausto Gamba.
Paolo Proserpio.

Stefano Masciariello, Annamaria La Porta, Margherita Masciariello.

Progetto grafico: Paolo Proserpio
