

La collana dà forma e riconoscibilità ad alcune sezioni di ricerca del Dipartimento di Culture del Progetto dell'Università Iuav di Venezia. Le tematiche affrontate sono riconducibili a diversi gruppi di studio pluridisciplinari. Il progetto come ipotesi di trasformazione del mondo, attraverso lo sviluppo e l'approfondimento delle conoscenze verificate da pratiche sperimentali, è il terreno privilegiato di dibattito. I quaderni fanno riferimento a quattro parole-chiave che indicano possibili luoghi di confronto collettivo. Al Veneto, come ambito territoriale privilegiato, rimandano le prove su campo delle attività di sperimentazione progettuale. Al patrimonio, in rapporto alle sensibilità emergenti nel campo delle risorse non rinnovabili e del paesaggio in una visione ampia e problematica della patrimonializzazione. All'immaginario, riferito a quei processi di elaborazione del progetto che nel mobilitare necessariamente sedimentazioni di valori, figure, memorie, concrezioni visive e narrative, costituiscono "immaginari" plurali e sempre culturalmente situati. Ai territori altri, come dialogo, in una dimensione internazionale, di luoghi e situazioni esito di storie, concezioni antropologiche e culturali anche dissimili dalle nostre.

Daniele Balicco
Alberto Bassi
Marco Bertozzi
Malvina Borgherini
Fiorella Bulegato
Christian Caliandro
Elda Danese
Federico Deambrosis
Alessandro De Magistris
Elena Fava
Francesco Federici
Marta Franceschini
Fabrizio Gay
Dario Gentili
Luigi Latini
Carmelo Marabello
Sara Marini
Angela Mengoni
Valerio Paolo Mosco
Enrico Pitozzi
Marco Pogacnik
Annalisa Sacchi
Manuela Soldi
Stefano Tomassini
Alessandra Vaccari

MIMESIS 978-88-575-5450-1



9 788857 554501

DCP IUAV 978-88-940-5697-6



9 788894 056976

28,00 euro

Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy

DCP / IUAV Mimesis

Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy

a cura di Malvina Borgherini, Sara Marini, Angela Mengoni,
Annalisa Sacchi, Alessandra Vaccari

DCP / IUAV

Mimesis

Come tutte le etichette identitarie anche quella di Made in Italy riflette, sin dalla sua formulazione in una lingua straniera, la prospettiva di uno sguardo esterno che coglie e condensa i tratti di un'identità non immune da stereotipi nazionalistiche e da definizioni illusoriamente autoevidenti. Il volume raccoglie una pluralità di contributi che riconoscono, oggi, nelle forme del progetto italiano un'idea peculiare di modernità e un legame specifico con le forme dell'esperienza storica. Particolare attenzione è rivolta sia agli orizzonti di riflessione che hanno recentemente problematizzato la questione dei tratti identitari del pensiero e del patrimonio culturale e umanistico "italiano", sia ai modi di produzione e ai modelli di sviluppo che il Made in Italy ha implementato, e alle contraddizioni e conseguenze economiche, politiche e culturali di tali modelli.

Questa indagine non trova la sua pertinenza e coerenza in una definizione esclusivamente territoriale, settoriale o nazionale del Made in Italy, ma intende scardinare questa definizione aproblematica per interrogarsi sui tratti paradigmatici che i diversi ambiti del progetto inteso nella pluralità delle sue culture – dalla moda alle arti, dall'architettura e dal design alla riflessione filosofica, dalle arti performative alla gestione del patrimonio – hanno elaborato in ambito italiano. Il *laboratorio Italia*, nutrito dalla pluralità delle sue *culture del progetto*, ribadisce così la non separazione delle *pratiche* e delle *teorie* e afferma anzi la loro costitutiva coalescenza, nella convinzione che gli oggetti, i progetti, le opere "pensino" attraverso la specificità delle proprie forme e che le elaborazioni teoriche siano inseparabili dall'immanenza dei propri oggetti di riflessione, dei propri modelli e delle proprie procedure di pensiero.

In seconda di copertina: R. Rochette, Landrin, *Roma, maquette construite de l'acte V*, vista destra d'insieme, 1912



Quaderni della ricerca. Dipartimento di Culture del Progetto
Università Iuav di Venezia

Mimesis

Università Iuav di Venezia
Dipartimento di Culture del Progetto – Dipartimento di Eccellenza
Infrastruttura di Ricerca. Integral Design Environment – IR.IDE
Centro Editoria – Publishing Actions and Research Development – PARD

Responsabile scientifico IR.IDE
Carlo Magnani

Comitato scientifico PARD
Sara Marini (responsabile dello sviluppo del progetto), Angela Mengoni,
Gundula Rakowitz, Annalisa Sacchi

Progetto grafico a cura della redazione PARD
Giovanni Carli, Stefano Eger, Sissi Cesira Roselli, Luca Zilio

Collana Quaderni della ricerca

Comitato scientifico della collana
Benno Albrecht, Renato Bocchi, Malvina Borgherini, Massimo Bulgarelli,
Agostino Cappelli, Monica Centanni, Giuseppe D'Acunto, Fernanda
De Maio, Lorenzo Fabian, Paolo Garbolino, Carlo Magnani, Sara Marini,
Angela Mengoni, Alessandra Vaccari, Margherita Vanore

I edizione: dicembre 2018
©2018 – MIM EDIZIONI SRL (Milano – Udine)
©2018 – Dipartimento di Culture del Progetto, Università Iuav di Venezia
©2018 – The authors

www.mimesisedizioni.it
mimesis@mimesisedizioni.it
Via Monfalcone, 17/19 – 20099
Sesto San Giovanni (MI)
Phone: +39 02 24861657 / 24416383
Fax: +39 02 89403935

ISBN MIMESIS 978-88-575-5450-1
ISBN DCP IUAV 978-88-940-5697-6

Per le immagini contenute in questo volume gli autori rimangono a disposizione degli eventuali aventi diritto che non sia stato possibile rintracciare. I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento anche parziale, con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.

Materiale non riproducibile senza il permesso scritto degli Editori.

Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy

a cura di Malvina Borgherini, Sara Marini, Angela Mengoni,
Annalisa Sacchi, Alessandra Vaccari

Indice

Introduzione

- 10 Sensibilia.
Made in Italy, *aisthesis* di una modernità altra
**Sara Marini, Angela Mengoni, Annalisa Sacchi,
Alessandra Vaccari**

I. Il dentro e il fuori

- 30 Modernità godibile
Daniele Balicco
- 44 Architetture, autoritratti, *italophilie*
Sara Marini
- 66 Made in Italy
Marco Pogacnik
- 82 *Orlando* in una bolla: paura e deriva a New York City
Stefano Tomassini
- 94 L'Italia al lavoro: l'idea di una moda italiana
Elda Danese
- 102 *Italian gardens*.
Ambiguità di un primato italiano
Luigi Latini

II. Forme che pensano

- 118 *Sinisteritas*
Dario Gentili

- 130 Pensieri italiani / pensiero italiano.
Note tra *Italian Theory*, cinema e altre forme di pensiero
in atto
Carmelo Marabello
- 146 Arcaico, opaco, italiano
Marco Bertozzi
- 164 Il Made in Italy è la teoria
Valerio Paolo Mosco
- 172 Moda media storia.
La ricerca di moda allo CSAC dell'Università di Parma
negli anni Ottanta
Elena Fava, Manuela Soldi

III. Tempi e progetto

- 190 La mia Patria si chiama Multinazionale / *Il n'y a pas
d'identité culturelle mais nous défendons les ressources
d'une culture*
Malvina Borgherini
- 222 Gli stilisti nel tempo della moda in Italia: 1966, 1977
Alessandra Vaccari
- 240 Il design del Made in Italy: progetto di una identità
Alberto Bassi, Fiorella Bulegato
- 266 Made in Italy: la fortuna internazionale della cultura
progettuale italiana dopo la seconda guerra mondiale.
Orizzonti di ricerca
Federico Deambrosis, Alessandro De Magistris

- 276 Un canone tecno-estetico del Made in Italy: pattern tra arte,
architettura e design in un interno della Querini Stampalia
Fabrizio Gay
- 290 Laboratori museografici.
Percorsi italiani tra teoria e progetto
Francesco Federici

IV. Opera viva

- 306 Percezioni & proiezioni dell'Italia
Christian Caliendo
- 320 Differenze italiane: gli esordi della Societas Raffaello
Sanzio e la tradizione impossibile
Annalisa Sacchi
- 344 Contro la rappresentazione.
Note sul teatro di Leo de Berardinis e Perla Peragallo
Enrico Pitozzi
- 358 Dandismo all'italiana.
Corpi, oggetti e immagini maschili dalla Roma di Pasolini
alla moda
Marta Franceschini
- 377 **Crediti**

Sensibilia. Made in Italy, *aisthesis* di una modernità altra

Sara Marini, Angela Mengoni,
Annalisa Sacchi, Alessandra Vaccari¹

Il dentro e il fuori

Laboratorio Italia intende tracciare alcune delle più significative linee di riflessione che hanno esplorato il cosiddetto Made in Italy, sottraendolo ad una definizione apparentemente scontata, nonché ampiamente sottoteorizzata, poiché fondata su una concezione autoevidente e riduttiva dell'“italianità”. Non si tratta, infatti, di cercare la pertinenza e coerenza di questa indagine in una definizione territoriale, settoriale o nazionale del Laboratorio Italia, bensì di indagare, senza la pretesa di una compilatoria esaustività, le sfaccettature di una prospettiva che riconosce oggi nelle forme del progetto italiano – inteso nella pluralità delle sue culture, dal patrimonio artistico all'elaborazione teorica, dall'architettura ai linguaggi audiovisivi, dal paesaggio alla moda – alcuni tratti identitari paradigmatici incarnati in specifiche forme del sensibile e dunque conoscibili proprio a partire da esse. Per questo abbiamo raccolto nel volume sia saggi dedicati ad ambiti o a casi di studio specifici, sia contributi di elaborazione teorica di più ampio respiro, interpellando autrici e autori che hanno recentemente contribuito a coniare o ridefinire la concezione di ambiti come il Made in Italy, l'*Italian Theory*, il “patrimonio Italia”. Affermando la pluralità delle *culture del progetto*² si intende, inoltre, ribadire la non separazione delle *pratiche* e delle *teorie*, e anzi riaffermare con forza una loro costitutiva coalescenza. Rifiutando, nella stessa struttura di questo volume, la separazione tra riflessione teorica e focus su pratiche progettuali e settori specifici rispettiamo quello che molti contributi individuano proprio come tratto costitutivo del laboratorio progettuale italiano, cioè la capacità degli oggetti, dei progetti, delle opere di incorporare in forma sensibile immaginari e valori, la capacità di “pensare”, attraverso la specificità della propria immanenza, delle “forme di vita” storicamente e identitariamente determinate.

Il volume intende dunque esplorare il nodo identitario e storico-culturale che va sotto il nome di Made in Italy non come mera enumerazione delle tradizionali “eccellenze” italiane, bensì come fonte di ispirazione progettuale, culturale e politica per il presente e il futuro; nonché come prisma attraverso il quale veder emergere le tensioni che

hanno animato l'identità italiana, attraversata da narrazioni storiche differenti o, forse, come suggerisce Dario Gentili, veder emergere il conflitto come fondamento stesso di quell'identità.

Come tutte le etichette identitarie anche quella di Made in Italy riflette, sin dalla sua formulazione in una lingua straniera, la prospettiva di uno sguardo esterno che coglie e coagula alcuni tratti paradigmatici. Daniele Balicco, citando Benedict Anderson, parla di Made in Italy come di una “comunità immaginata d'esportazione” che è venuta a costruirsi, negli ultimi quarant'anni, attorno ad alcuni settori produttivi e beni di consumo, ma anche in “rappresentazioni estetiche di massa” capaci di sedimentare nell'immaginario un'identità simbolica, la quale sembra però alimentare desiderio di appartenenza soprattutto *dall'esterno* del paese³. Questa identità simbolica, o semiotica, (un'“Italia immaginaria straniera”) entra infatti in tensione, rileva Balicco, con la storia italiana e soprattutto con una percezione interna ben più problematica, che vede nella storia d'Italia anzitutto la storia di una “modernità mancata”, una modernità come “sviluppo senza progresso”, le cui origini affondano nel fallimento del progetto risorgimentale e nella mancata formazione di una nazione moderna anche nel suo assetto istituzionale, come sarà drammaticamente evidente negli anni Settanta. Si tratta di una auto-percezione di insufficienza rispetto a un'Italia ideale, in parte fondata storicamente, ma che si traduce in un giudizio senza appello sugli anni di sviluppo della cultura di massa e della società dei consumi. Questa distanza tra successo simbolico e fallimento storico resta però insanabile solo se l'orizzonte regolativo è quello di una modernità razionalista di matrice franco-anglosassone: e se invece, si chiede Balicco, il Made in Italy facesse segno al nostro modo specifico di essere moderni? Se, in altre parole, questa “Italia ideale ma incarnata in un'esperienza sensibile” fosse – seguendo Fredric Jameson – la “soluzione immaginaria o formale” che la cultura Italiana ha inventato di fronte a contraddizioni sociali insolubili, come quelle degli anni Sessanta e Settanta? Se cioè invece di continuare a opporre la lettura storico-sociale e quella estetica ne riconosciamo la costitutiva imbricazione? Ecco che sarebbe forse possibile ripensare persino i famigerati anni Ottanta come luogo di elaborazione di una modernità tutta italiana, una “modernità anti-moderna” lontana dal primato della razionalizzazione nord europeo e della standardizzazione statunitense, capace di esaltare, coniugandoli, il *locale* e l'*universale* rispetto al na-

zionale (e al nazionalistico): una *modernità godibile* costitutivamente legata all'esperienza sensibile, alla cultura materiale, al godimento del presente. La questione del Made in Italy si sposta così dal terreno di un mero investimento produttivo ed estetico a un terreno genuinamente storico-politico, riaffermando l'intrinseca politicità dei modi di organizzazione dell'esperienza sensibile (il *partage du sensible* di cui parla Jacques Rancière⁴), cioè delle forme dell'*aisthesis*. L'investimento sensibile è anche la cifra che contraddistingue un'idea del patrimonio culturale italiano come cosa viva. Christian Caliandro ne rileva la figura emblematica in *Viaggio in Italia* quando i suoni provenienti dal paesaggio napoletano e la presenza perentoria delle opere d'arte invadono lo spazio filmico, la percezione e financo il corpo dei protagonisti, trasformandolo dall'interno come in un'affezione patologica. È l'immagine di un incontro vivo e imprevedibile poiché, come dice Rossellini, questa *presenza* che sta sconvolgendo i protagonisti è “l'Italia, e il suo antico passato: il passato è onnipresente; non vive nei libri ma è parte della vita”. Il testo di Caliandro riflette proprio su questo tratto distintivo del patrimonio italiano come paesaggio efficace, incarnato, rivolto al presente nel quale ogni volta riprende vita. “l'Italia è un trauma percettivo”, riassume l'autore, ricorrendo alla figura di un incontro imprevedibile e concretissimo col mondo come insegna l'etimologia della parola che significa, appunto, “ferita”. A ciò si oppongono le forme idealizzanti della “turistificazione come meccanismo perfetto della derealizzazione”, quella che imbalsama i paesaggi in scenari innocui offerti al turista come già noti, già dati e, in fin dei conti, “preparati per lui”, neutralizzando ciò che di contingente, aperto e rischioso vi è nell'incontro con un patrimonio e una produzione culturali che mantengano intatta la loro “funzione trasformatrice”. Se un tratto distintivo si può dunque ascrivere alla matrice italiana del patrimonio, esso consiste proprio in questo incontro incarnato e antropologicamente efficace tra presente e passato, un passato che “è parte integrante del nostro spazio di esistenza”. Se l'idealizzante percezione esterna è a rischio di indulgere in pose e retoriche nostalgiche, anche “l'autopercezione nostalgica della nostra stessa identità è un modo per continuare a rimuovere chi siamo e il nostro presente”. In questo senso il patrimonio culturale è ciò che ci consente di ricordare a noi stessi chi siamo ed è ciò che permette di riattivare in ogni presente quelle domande che il passato gli rivolge. Tale è precisamente la cifra

del patrimonio italiano che, come dice e mostra Rossellini, è anzitutto esperienza sensibile nella quale si è immersi, esperienza trasformativa e non passiva.

Questi tratti di immersività trasformativa e l'idea di un rapporto tra passato e presente incarnata in forme, opere e materie torna in due contributi che rivolgono lo sguardo alle arti visive. Francesco Federici si concentra su alcune esperienze italiane di allestimento in spazi museali – riguardanti in special modo l'esposizione di immagini in movimento – che sono state paradigmatiche per la concezione di un nuovo modello di spettatore-visitatore, sempre meno legato al suo statuto di osservatore ottico e sempre più protagonista di un'esperienza performativa multisensoriale. Attraverso i lavori di Studio Azzurro, Karmachina e NEO Narrative Environment Operas, in un percorso che va dagli anni Novanta a oggi, Federici evoca il legame tra i cambiamenti dello statuto dello spettatore e dell'allestimento e percorsi che esulano dal terreno canonico dell'arte contemporanea, per aprirsi a forme ibride che riguardano la tradizione italiana delle culture del progetto, coinvolgendo questioni di committenza, di comunicazione e di prodotto. Anche Fabrizio Gay colloca da subito l'oggetto della sua riflessione nel mondo del *site-specific design*, cioè di “opere d'arte che, pur provenendo dalle genealogie tecniche del design o dell'artigianato artistico, chiedono anche di essere usate e interpretate sia come pezzi d'arte, sia come parti funzionali di specifici spazi architettonici e luoghi geografici”. Oltre a rendere indecidibili i confini tra opera d'arte e oggetto di interior design, queste opere possono divenire “testimoni di una memoria interpretativa localizzata”, possono cioè interpretare, attraverso le proprie forme, opere e luoghi preesistenti dotati di una specificità storica, riattivandone e reinterpretandone in modo non letterale certi modi di produzione di senso. È un'ambiguità positiva quella di questi “oggetti integranti”, come gli arazzi intelaiati che l'artista Maria Morganti ha installato nella caffetteria della Fondazione Querini Stampalia con l'opera *Svolgimento di un quadro* (2017). Questo lavoro diviene un vero e proprio “oggetto teorico” capace di ripensare nel suo presente il rapporto con interventi preesistenti – segnatamente quelli di Carlo Scarpa – e financo con la storia degli interni veneziani, da sempre coperti di arazzi e tappezzerie che si possono osservare negli interni del museo. Osservando attentamente la struttura delle campiture tessili si può pensare a una relazione con le combinazioni dei tasselli quadrati

di cinque colori che costituiscono il pavimento creato da Carlo Scarpa nel 1961-63, una relazione, tuttavia, non meramente mimetica, bensì di *ri-mediazione*, cioè precisamente di rilettura viva e trasformativa del patrimonio preesistente: opere che “funzionano come dei *rimedi: ri-mediano*, mediano nuovamente. Ri-mediano segni, testi, oggetti, pratiche, valori d'uso, memorie in quegli spazi dati”.

Viene così precisandosi anche la prospettiva temporale e metodologica della nostra indagine, cioè quella di una contemporaneità intesa però nel senso di una storicità genealogica: l'indagine di pratiche e oggetti storicamente situati, così come l'evocazione della storia dell'architettura, del cinema o della filosofia – e della stessa storia italiana – è letta a partire da ciò che nell'oggi può riconoscere in quei progetti le elaborazioni germinali di aspetti che si sono poi dispiegati, sviluppati o invece esauriti, indicando una discontinuità o invece facendo segno alla possibilità e alla necessità di riallacciare con alcune esperienze storiche del Laboratorio Italia.

Teoria come prassi

Nelle riflessioni sinora menzionate, e più in generale in tutti i contributi del volume, emerge la crucialità dell'interconnessione tra dimensione sensibile della messa in forma – nelle opere e negli oggetti, ma anche nelle pratiche e nelle “forme di vita” – e la sua capacità di incarnare una dimensione propriamente teorica, cioè di farsi portatrice di valori, relazioni, concrezioni immaginarie capaci di “pensare”, come si è visto, la complessità e le contraddizioni dell'orizzonte storico-culturale. *Teoria* diviene allora un tratto paradigmatico del Laboratorio Italia, se intendiamo questa parola in accezione non metafisica, bensì come incorporata nelle forme materiali della nostra esperienza estetica. Quelli del Laboratorio Italia saranno allora dei veri e propri *oggetti teorici*, ossia oggetti specifici e storicamente situati che sono anche luoghi di elaborazione teorica, di un pensiero in forma sensibile⁵.

Questo legame tra pensiero teorico e *praxis*, intesa anche come forme dell'esperienza storica, è al cuore della cosiddetta *Italian Theory*, il cui tratto di “italianità”, come luminosamente riassume Dario Gentili nel suo contributo, lungi dal trovare fondamento nella nazionalità dei filosofi italiani oggi più influenti, consiste nel “riconoscere che la filosofia italiana è il luogo di elaborazione di categorie interpretative dell'“attualità””. *Italian Theory* sarebbe dunque il nome di “un di-

battuto al crocevia tra filosofia e politica – spesso taciuto, sottinteso, misconosciuto – che ha avuto luogo in Italia e che si è intrecciato con la storia recente di questo Paese”. La congiuntura storica è quella degli anni Novanta, anni che riportano il pensiero italiano al centro della scena proprio perché minore è stata la sua vicinanza alla temperie postmoderna e, invece, costante il suo lavoro critico sulle categorie della modernità “scavandole, decostruendole e dislocandole”. Torniamo qui all’idea di un’altra modernità o, meglio, di una prospettiva capace di mettere in luce i nodi irrisolti del Moderno e di farlo esattamente a partire dal riconoscimento dell’intreccio costitutivo tra il pensiero filosofico e l’accadere storico. Un pensiero ibrido, “intriso di storicità”, dice Gentili, poiché l’Italia ha conosciuto un quadro storico in cui la globalizzazione ha dispiegato precocemente le sue contraddizioni, spazzando via la prospettiva del tutto ideologica di una *neutralizzazione di conflittualità* (territoriale, politica, culturale) e situando invece al centro della riflessione la concezione “della politica in quanto conflitto”. Da qui il riconoscimento della conflittualità come carattere originario dell’esperienza italiana, carattere che muta via via, storicamente, il suo terreno attraverso “la fabbrica, la società, il Partito, lo Stato, la forma di vita”, quest’ultima situando il conflitto al cuore della “vita” stessa e facendo della *biopolitica* uno dei grandi laboratori nel pensiero italiano dagli anni Novanta in avanti. Al posto degli “universali e i trascendentali che la tradizione moderna ci ha consegnato per assimilare e immunizzare la parzialità della parte” il Laboratorio Italia del pensiero filosofico assume come centrale il primato di un conflitto senza possibile ricomposizione, cioè senza necessità di fondare la “rettitudine” del potere sovrano sulla presenza di una “parte maledetta” da neutralizzare e, anzi, da costruire in quanto annientabile (“del lavoratore e della lavoratrice precari, del/la migrante, del/la omosessuale ecc.”). La critica del potere neutralizzante dell’idea di “universale” e di “identitario” è anche al centro della riflessione che Malvina Borgherini articola a partire dal testo *La mia Patria si chiama Multinazionale*, qui riprodotto nella sua versione pubblicata dalla rivista “L’Erba voglio” (6, giugno-luglio 1972), trascrizione di un discorso di Eugenio Cefis, presidente della Montedison, pronunciato il 23 febbraio 1972 agli allievi dell’Accademia Militare di Modena, un testo che Pier Paolo Pasolini ha letto e utilizzato per l’elaborazione del suo manoscritto incompiuto *Petrolio*. La scelta di ripubblicare que-

sto testo radicalmente anti-nazionalista vale per l’autrice come punto d’avvio genealogico per una riflessione sulla questione identitaria che arriva sino agli esiti perentoriamente riassunti da François Jullien nel suo pamphlet del 2016 *L’identità culturale non esiste*. Vi torna una categoria chiave della teoria politica anche dell’orizzonte del pensiero italiano, ossia la questione del *comune*, ma rispetto al dispositivo di un *universale che mantiene aperto il comune*, Jullien propone di riflettere sul *singolare* delle culture, effettuando uno spostamento rispetto alla dialettica antropologica classica tra “differenza” e “identità” affrontando “la diversità delle culture in termini di *scarto*; invece dell’identità, in termini di *risorsa* o di *fecondità*”. Borgherini è soprattutto interessata al discrimine tra lo *scarto* e la *differenza* come strategie di conoscenza, suggerendo che ciò sia perno di una riflessione epistemologica necessaria e preziosa per ogni indagine, come questa, che si ponga di fronte a questioni di identità e di specificità culturale. Entrambi questi concetti, dice l’autrice, segnano una separazione, “ma mentre la differenza opera nell’ambito della *distinzione*, lo scarto agisce in quello della *distanza*. La *differenza* è classificatrice, dal momento che l’analisi avviene per somiglianza e differenza (e infine anche per identificazione); lo *scarto* si rivela come una figura non di identificazione, ma di esplorazione: non produce un *ordine*, ma un *disordine*. Se la differenza ha per scopo la descrizione e procede per *determinazione*, lo scarto implica una *prospezione*: verifica in che misura è possibile percorrere nuove strade. Lo scarto è una figura avventurosa”. Ritroviamo qui il tratto di non ricomposizione di cui parla Gentili, declinato però come mantenimento di uno spazio del *tra*, nel quale i termini distinti rimangono uno di fronte all’altro mantenendo in tensione ciò che è separato. Al contrario di una conoscenza tramite classificazione, lo scarto è un innescatore di pensiero che abita il mantenimento di una tensione tra termini. Un tratto che particolarmente ci interessa in queste riflessioni è proprio quello della costitutiva ibridazione, della non purezza epistemologica. Una *Italian Theory* può essere elaborata come pensiero solo in virtù della sua ibridazione con la contingenza storica, cioè solo in virtù della sua “impurità”. La *teoria* ritrova qui quell’accezione impura che ha forgiato per lei il pensiero contemporaneo francese “conducendo, per così dire, la filosofia fuori di sé verso le arti e la letteratura”. Come le forme del sensibile (architettoniche, artistiche, estetiche) possono articolare in autonomia di mezzi un pensiero sul mondo, così

il pensiero filosofico è concepito, nell'orizzonte di questo laboratorio italiano di riflessione, come costitutivamente sconfinante in altri saperi umanistici ma, in fin dei conti, nell'intero mondo delle forme estetiche, nel "partage du sensible" come si è detto.

Non è allora un caso che i due articoli dedicati a zone specifiche del discorso filmico si leghino esplicitamente a questa idea di intreccio costitutivo di oggetti e teoria. Esplicitamente Carmelo Marabello si rifà all'idea di "pensiero vivente" di Roberto Esposito (uno dei pensatori che ha maggiormente contribuito a delineare l'orizzonte di riflessione che abbiamo appena evocato) per rileggere alcuni luoghi del cinema neorealista italiano. Se l'idea di *pensiero vivente* rinvia a un pensiero la cui genealogia è quella di una "materializzazione della *scena della storia*, piuttosto che di una filosofia della Storia", una "scena" che si avvale cioè dei modi "di versi" della poesia, della gravidanza delle forme estetiche tanto quanto delle "armi della teoria", il cinema è uno dei luoghi privilegiati di questo pensiero. L'articolo esplora dunque la capacità del cinema italiano degli anni neorealisti di inscenare "la storia stessa come presente, come presentificazione di un quotidiano eccezionale e tragico [...] dove *posizione e presenza* – la macchina da presa e il regista – assumono una cornice di senso fatta di luoghi invece che di set", cioè di luoghi abitati da corpi in azione che, al di là del loro statuto attoriale, inscenano una vera e propria "drammaturgia del reale", sono cioè capaci di pensare, cogliere registrare i gesti, le posture, le "forme di vita" che sono cifre culturali di un'intera epoca e contingenza storica. Di nuovo un'imbricazione cogente di pensiero e forme, di teoria e scena che il testo di Marco Bertozzi esplora sul versante di quell'"arte di alta consapevolezza teorica" che è il documentario italiano. Ancora un oggetto teorico del Laboratorio Italia, se è vero che siamo qui di fronte a "un cinema in cui la riflessione sui processi di messa in forma è ritenuta fondamentale, ben al di là della rilevanza mediatica del contenuto" e in cui sono le "attitudini sperimentali" a cercare forme capaci di coniugare concetti e percetti, sguardo e narrazione, in modi che fanno di questa regione del film un vero laboratorio di "cinema del pensiero". L'opacità che Bertozzi evoca nel titolo del suo testo rinvia precisamente a questa capacità di pensare lateralmente, obliquamente quei "segni che sembrerebbero rinviare al sociologicamente conoscibile", superando ogni idea di innocenza dell'orizzonte referenziale e aprendo piuttosto quella "visione

del mondo altra" che la stessa complessità del reale richiede. Di nuovo un sapere incarnato, dunque, o, in prospettiva rovesciata e parallela, un oggetto pensante che vede come tratto specifico di questo cinema l'invenzione di "concetti-forma che prima non esistevano". Attraverso un percorso che abbraccia l'orizzonte documentario dal Duemila ad oggi, Bertozzi delinea i tratti paradigmatici di questo luogo di pensiero visibile, sia quelli politici, con il configurarsi del documentario come "originale sfera pubblica di riferimento, fucina alternativa di immaginari sommersi della nostra contemporaneità", sia quelli storici, nel senso della capacità di questo cinema di tracciare la complessità e la contraddittorietà delle genealogie storiche del nostro paese, fondendo l'arcaico nella dimensione della più immediata attualità e "cogliendo l'indisponibilità della cultura italiana ad adattarsi all'uniformità e all'esattezza del moderno". Torna la sperimentazione sensibile di una modernità *altra*, che l'autore situa con precisione non solo nell'arco storico dell'inizio del millennio, ma anche in elementi precisi del linguaggio filmico e dei processi di produzione: le latenze, i tempi lunghi di un processo di lavoro dove l'inoperosità apparente è in realtà "atto politico", e poi il "premere del fuori-campo", il disfarsi del *cadrage* e della messa a fuoco, sono queste le forme di articolazione del visibile o, meglio, "della frontiera fra visto e visibile, immaginato e immaginabile, apparire e sparire" capaci di dare forma percepibile alla stratificazione e complessità storica che opacamente resiste alla "razionalità impositiva" della modernità.

Canoni e contraddizioni

La prospettiva concettuale del Laboratorio Italia, nelle sue forme di sperimentazione e di non finito, sembra essere particolarmente utile per interpretare i canoni e le contraddizioni del Made in Italy. Molti dei testi raccolti in questo libro si confrontano con la questione del canone e lo fanno in almeno due modi. Da un lato offrono un contributo al suo riesame, mettendo al centro della riflessione la modernità italiana e il modo in cui essa è stata costruita nella dinamica tra interno ed esterno dei confini nazionali (Daniele Balicco, Alberto Bassi e Fiorella Bulegato, Christian Caliandro, Elda Danese, Carmelo Marabello, Sara Marini, Stefano Tomassini). Dall'altro, mostrano come la questione del canone resti aperta, e quindi problematica, in diversi ambiti della cultura italiana, a cominciare dalla moda. Quest'ambito è particolar-

mente significativo perché esaspera alcune delle contraddizioni che qui interessa esplorare. La moda ha avuto sì un ruolo di primo piano nel fare emergere il Made in Italy come fenomeno di portata globale, ma ha anche reso difficile l'elaborazione di uno "sguardo italiano"⁶ attraverso il quale filtrare criticamente tale vicenda. Secondo questa ipotesi, il successo stesso del Made in Italy nella moda avrebbe contribuito ad appiattirne l'interpretazione, ora limitandola a testo pubblicitario, ora lasciando fuori dalla storia trionfale del Made in Italy le esperienze "più radicali e innovative"⁷. Queste ultime sono state oggetto del libro curato da Paola Colaiacomo e pubblicato nel 2006 con il titolo significativo di *Fatto in Italia*. Partendo da una "retrotraduzione" della più nota formula anglofona di Made in Italy, il libro rifletteva su una serie di esperienze sperimentali rimaste a livello di nicchia o comunque laterali rispetto al grande racconto della moda italiana. Il "fatto in Italia", così configurato, è servito anche come "operazione di verifica che ricorda un po' quella con cui si giudica normalmente la precisione di un ricamo, ossia guardandolo dal rovescio"⁸, spiega Colaiacomo nel testo introduttivo. In un modo speculare rispetto alla definizione di *Italian Theory*, vista nella prospettiva del contesto nord americano e qui analizzata da Dario Gentili, il "fatto in Italia" riconosce il debito nei confronti dei fashion studies di matrice anglosassone, ma si mette alla ricerca del "corpus composito", spiega sempre Colaiacomo, dei "prolegomeni di quella che oggi è la critica della moda e degli stili di vita"⁹. Di questi fanno parte le ipotesi critiche della moda e degli stili in Italia che spaziano dall'analisi politica di Antonio Gramsci, al cinema di Pier Paolo Pasolini, al giornalismo di Gianna Manzini e alla letteratura di Cesare Pavese in *Tra donne sole*. Il "testo della moda italiana"¹⁰ include anche le storie dei suoi autori che sono recentemente stati oggetto di ricognizioni organiche attraverso mostre come *Bellissima. L'Italia della moda 1945-1968* (2014) e *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001* (2018), entrambe curate da Maria Luisa Frisa e Stefano Tonchi. I contributi sulla moda qui inclusi sviluppano in vari modi la riflessione sul "fatto in Italia" e sul canone nell'ambito degli studi sulla moda. I testi ripercorrono un arco cronologico che dagli anni Cinquanta arriva fino agli anni Ottanta. Elda Danese parte da una mostra come "Italy at Work", tenutasi negli Stati Uniti anni Cinquanta e considerata fondante dell'identità transnazionale del Made in Italy, e la mette in relazione con le politiche del lavoro del "fatto in Italia":

dallo sviluppo della piccola impresa nel Nord Est al lavoro a cottimo delle donne nel settore della maglieria. Marta Franceschini raccoglie direttamente gli input critici di Colaiacomo sul dandismo popolare di Pasolini e li verifica nel campo della moda maschile e della sua industria. Alessandra Vaccari riflette sull'emergere dello stilista come figura centrale del rinnovamento della moda italiana negli anni Sessanta e si interroga sul rinnovato interesse da parte della recente storiografia per l'uso di questa parola in lingua italiana, sia in contesti nazionali che internazionali. Elena Fava e Manuela Soldi ripercorrono le campagne di raccolta sistematica di materiali inerenti alla moda italiana da parte del Centro archivio della comunicazione dell'Università di Parma e riflettono su come ogni possibile idea di canone passi anche attraverso tali operazioni di conservazione in ambito archivistico.

Altre trame

Sul fronte delle arti performative gli anni Sessanta segnano l'avvio del "Nuovo teatro" che nasce a ridosso e in dialogo con l'*happening*, la *post-modern dance* e in generale le *performing arts* americane. Il tratto comune, e quello che retrospettivamente fonda una linea con una precisa marcatura italiana della scena, risiede in ciò che già a quell'altezza cronologica Giuseppe Bartolucci aveva battezzato come "scrittura scenica", ovvero un uso interdisciplinare della performance fondato su una base non interpretativa, in cui la parola perdeva il predominio e al suo posto veniva ad espandersi e materializzarsi una trama sonora e gestuale capace di sostenere da sola il peso dello spettacolo. Il teatro è in quegli anni, in Italia, un campo di tensioni attraversato da un costante rifiuto del reale così come veniva consegnato dal sistema produttivo, da un risarcimento in termini visuali di quello che cominciava ad essere eliso sul fronte della drammaturgia, da una tensione verso forme di animazione (di quartiere, di scuole, di cellule sociali) che lievitavano in opere relazionali. La vita molteplice della scena viene qui coagulata in tre casi che fungono da "exempla": le prime prove sceniche di Leo de Berardinis e Perla Peragallo, analizzate da Enrico Pitozzi; il caso del celeberrimo *Orlando furioso* di Sanguineti-Ronconi, qui inseguito da Stefano Tomassini in una zona trascurata dalla storiografia, nella tournée che, dopo i trionfi europei, fece approdare lo spettacolo a New York; e infine le prime prove sceniche della Societas Raffaello Sanzio, oggetto del saggio di Annalisa Sacchi.

Laboratorio Italia

Laboratorio Italia è un luogo nel quale le idee e il fare trovano fondamento l'uno nelle altre, a volte si alternano come figura e sfondo, in alcuni momenti si divaricano per poi risaldarsi in altro modo, in ogni caso è la fucina nella quale le parole diventano cose, spazi, modi di vivere. Il laboratorio è un ambiente materiale e immaginario all'interno del quale si costruiscono contesti eroici o precari, anch'essi tangibili e al contempo astratti.

Gli oggetti sono vivi se attiva è la loro teoria, se sono dotati di un doppio, di un progetto teorico gemello, come sottolinea Mosco nel suo testo. Lo stesso autore riconosce ad alcune stagioni del progetto architettonico Made in Italy la forza del portato teorico e ne rileva l'evidenza soffermandosi sugli anni Novanta e Duemila durante i quali l'architettura ha rinunciato a questa aura. Teoria, critica e storia sono l'altra faccia dell'oggetto concreto senza la quale l'architettura diviene solo "responsabile", scivola nel commerciale e si atesta su uno scontato buon senso a cui il fare e il pensare nazionale sono sempre stati, anche problematicamente, allergici. Il progetto e il suo risultato concreto non sono mai soli sulla scena, o meglio quando si attua questa solitudine il Made in Italy risulta mera etichetta vuota di senso, orfana della propria narrazione.

Sul ruolo della storia si soffermano Pogacnik, Bassi e Bulegato, Deambrosis e De Magistris: i nessi tra tempi e processi, l'alternarsi delle alleanze – necessarie a rendere operativo un pensiero e poi di nuovo a riconoscerlo e concettualizzarlo – definiscono diverse stagioni del Made in Italy ancora da ricostruire. "Quando negli anni Sessanta ci si imbatte per la prima volta nell'uso di tale formula, essa appare già legittimata e riconosciuta a livello collettivo, tranne poi subire nei decenni successivi un processo di continuo adeguamento ai diversi contesti economici, produttivi e sociali che l'Italia ha attraversato nella seconda metà del Novecento" sottolinea Pogacnik.

Il Laboratorio Italia ritorna sui propri passi, costruisce quegli scarti necessari a procedere e a deviare, a riproporsi come spazio di elaborazione: la centralità della ricerca rende l'instabilità identitaria un campo di lavoro e le migrazioni (o le internazionalizzazioni) generano ricorrenti movimenti di revisione. Attorno all'oggetto si adoperano, proprio come in una fucina dai confini labili, libri, istituzioni, industrie; il progetto ha una doppia vita: da un lato produce dall'altro si racconta o è

letto, criticato, storicizzato (i due lati non sono sempre distinti e nemmeno sempre consequenziali). La lista di situazioni e soggetti che hanno consolidato e reso riconoscibili l'idea, l'immagine e la percezione del design italiano, evidenziano Bassi e Bulegato, comprende i luoghi della formazione, le istituzioni museali, i programmi radiofonici e televisivi, istituzioni e associazioni, negozi e modi di consumo, ovvero un insieme che mette in cortocircuito il pensiero e il quotidiano. La dominanza tra astrazioni e pratiche si alterna, mentre resta centrale l'esperienza, la conoscenza diretta del contesto, concreto e sociale, spesso anche di chi è straniero (chiaramente si può essere anche stranieri in patria). Latini parte dagli anni Trenta, ricorda il gruppo di studiosi che si raccoglie attorno a Bernard Berenson nella sua fiorentina Villa I Tatti per sottolineare quanto la *vita*, e non solo le opere, sia motore del laboratorio italiano. Si attua "un'autentica fascinazione per i luoghi e una curiosa immedesimazione negli ambienti studiati, dalla quale non è del tutto estraneo il gioco di intersezioni tra lo studio appartato, gli scambi intellettuali e salottieri, gli intrecci sentimentali e un erotismo latente". Il Laboratorio Italia è appunto il luogo di costruzione di una *modernità godibile*, come afferma Balicco, nella quale immergersi anche leggendo, come suggeriscono i molti rimandi all'architettura di carta in diversi contributi presenti in questo volume. Il "senso affettuoso del concreto, e una danza di sublimi astrazioni", di Eco citato da Marini, "l'anima e il corpo", di Battisti ricordato nel saggio di Mosco, sono i primi il materiale e i secondi i clienti del laboratorio italiano. *Il dentro e il fuori* del Made in Italy non sono scontati: a volte ricorrono sintesi di una condizione, come ad esempio i dieci teatrini esposti nella "Mostra del Giardino Italiano" allestita nel 1931 a Palazzo Vecchio (citati nel saggio di Latini) o l'immagine conforme di un unico progetto presentata nel catalogo dell'Expo di Montréal del 1967 (riletta nel testo di Marini). Pogacnik sottolinea quanto nella costruzione della modernità italiana abbia giocato un ruolo l'America, paese che dopo la seconda guerra mondiale ha fornito "non solo aiuti economici, *know-how* tecnologici, modelli di gestione manageriale delle imprese, ma anche un immaginario legato al benessere e al consumo, come pure all'arte e alla cultura". Le radici dell'intenso abbraccio tra Italia e America affondano negli anni Trenta, l'idea di modernità che ne consegue restituisce canoni e contraddizioni, si riflette nel tempo in molta letteratura: allo "stile industriale italiano" corrisponde un articolato

cantiere scritto sulla carta. Il confine nazionale, soprattutto quando gli oggetti vengono prodotti, quando le idee aderiscono a luoghi di vita, persiste nelle differenti stagioni del Made in Italy e anche nell'attuale maturità di una globalizzazione solo a tratti estremamente pervasiva. Il confine corrisponde a dialoghi saldi o assenti tra progetto, Stato, industria, stampa, accademia ed è palesato da sguardi esterni, come quello di Cohen nella sua ricerca degli anni Ottanta sull'*italophilie* in architettura. Lo stesso perimetro muta quando volendo *fare come l'America* l'Italia si scopre dotata di grandi industrie nelle città e di un tessuto produttivo sottile nel resto del territorio, torna così evidente un insieme di confini interni al paese il cui attraversamento dà luogo al primo miracolo economico. Pogacnik sottolinea come questa convivenza tra piccole "officine/laboratori diffusi" e grandi industrie, insediatesi nella prima metà del Novecento nei principali centri urbani, è stata "una dicotomia utile per introdurre nel mercato italiano attraverso le grandi imprese quelle innovazioni che altrimenti sarebbero state di difficile accesso per le attività più tradizionali". Le radici del Made in Italy e del suo fare sono rintracciabili in una triangolazione perfetta tra Stato, grande industria e sistema produttivo pulviscolare secondo Bassi e Bulegato. Triangolazione diventata poi opaca e alla quale sono succedute altre geometrie a cui hanno corrisposto congenite e continue ridefinizioni del Laboratorio Italia. Pogacnik rileva come la seconda stagione del Made in Italy che prende corpo negli anni Ottanta corrisponda ad una brandizzazione del prodotto così come dell'architettura. Il Made in Italy è un modo di pensare, progettare e produrre esportato nelle sue differenti stagioni da riattraversare oggi, secondo Deambrosis e De Magistris, come "stimolo e occasione per una riflessione metodologica aperta al confronto internazionale. Infatti, per quanto focalizzato sul Made in Italy, l'orizzonte di ricerca qui tratteggiato si colloca naturalmente in un più ampio quadro di studi che guardano al fenomeno da una prospettiva europea".

Nei modi, nei tempi, nelle regole di produzione il Laboratorio Italia ricalibra il dialogo-conflitto tra umanesimo e centralità della tecnica, come sottolinea Mosco a proposito dell'architettura degli anni Novanta del Novecento: "non c'è tempo per una teoria che diventa quasi un ostacolo per coloro i quali intendono solo accettare i fatti acriticamente, possibilmente enfatizzando il feticcio della tecnica che proprio in quegli anni diviene un valore trascendente, insindacabile ed inappella-

bile". Il confine del laboratorio è uno spazio di scambi, è un luogo di sospensione attiva come una frontiera, e anche se architettura e design possono guardare alcune costruzioni o produzioni altre, rilevando i limiti imposti dal Sistema Italia, allo stesso tempo quei limiti sono letti come sfida ad un'invenzione continua, a necessarie eresie dettate dalla sovrapposizione dei dogmi del moderno ai caratteri di un territorio periferico e policentrico. Come sottolineano Bassi e Bulegato "significa cioè approfondire il design individuando le specifiche relazioni intercorse nel tempo in un territorio geograficamente definito: dalle risorse naturali alle specializzazioni manifatturiere, dal sistema formativo a quello logistico e distributivo, dai luoghi e dagli strumenti culturali di diffusione e promozione alle peculiarità dei modi del consumo". Si tratta allora di ricostruire una storia interrogando narrazioni e oggetti ma anche i soggetti che l'hanno resa possibile: istituzioni, industrie, progettisti, testimoni e artefici di un fare sfaccettato. L'obiettivo di tale ricognizione è dare corpo a un ideale archivio che, assieme alla mole di libri rimessi in uso e ai contesti da sempre contraddittori, costruiscono l'ambiente vivo del Laboratorio Italia.

L'Italia, come andava ribadendo più volte Guido Piovene nel suo indimenticabile *Viaggio in Italia*, è contraddittoria, e i suoi prodotti sono "esiti fecondi di un clima culturale prettamente italiano segnato dal tentativo di un'originale sintesi tra eversione sperimentale e raziocinio progettuale" come chiarito da Sergio Polano citato nel saggio di Bassi e Bulegato. Un conflitto che in stagioni poco felici ha visto soccombere l'interesse verso la vita concreta o verso l'astrazione mentre è evidente, dalle diverse storie indagate e rese operative in questo libro, che il magma inquieto tra prassi e teoria è il suolo nel quale nascono gli italici *flori blu*.

Il Made in Italy è un tema, un campo di ricerca, pone ancora molte domande aperte. Il laboratorio che lo ha reso evidente e ambiguamente perimetrato nelle sue diverse stagioni, chiaro e desiderato più da fuori che da dentro, si propone oggi come lo spazio critico di un racconto fatto di oggetti e teorie, di complessità e contraddizioni progettanti.

1. Questa introduzione è frutto della collaborazione e del dialogo tra le curatrici del volume. *Il dentro e il fuori e Teoria come prassi* sono testi di Angela Mengoni, *Canoni e contraddizioni* è stato scritto da Alessandra Vaccari, *Altre trame* è un contributo di Annalisa Sacchi, *Laboratorio Italia* è un testo di Sara Marini.

2. “Culture del Progetto” è il nome del Dipartimento dell’Università Iuav di Venezia in seno al quale la presente collana editoriale è nata. Dal 2018, con l’attribuzione da parte del MIUR dello status di Dipartimento d’Eccellenza, questo progetto editoriale è di supporto all’attività dell’Infrastruttura di Ricerca IR.IDE (Integral Design Environment). La collana fa parte delle attività del Centro editoriale PARD (Publishing Actions and Research Development), componente dell’infrastruttura di ricerca.

3. Intorno ai processi e alle contraddizioni della costruzione di questa identità la semiotica italiana ha dato un contributo fondamentale di riflessione sin dagli anni in cui la cultura popolare, l’estetica dei consumi e del quotidiano e, in generale, il design e la cultura del progetto, non erano certo accettati come oggetti di studio accademico senza resistenze: O. Calabrese (a cura di), *Italia moderna: immagini e storia di un’identità nazionale*, vol. V, Electa, Milano 1982-1986; Id. (a cura di), *L’Italie aujourd’hui : aspects de la création italienne de 1970 à 1985*, Centre national d’art contemporain,

Villa Arson, Nizza 14 giugno-14 ottobre 1985, con la collaborazione di Lucia Corrain, *La casa Usher*, Firenze 1985; Id. (a cura di), *Il modello italiano: le forme della creatività*, Skira, Milano 1998.

4. J. Rancière, *Le partage du sensible. Esthétique et politique*, La Fabrique, Parigi 2000; tr. it. *La partizione del sensibile. Estetica e politica*, tr. it. di F. Caliri, Deriveappodi, Roma 2016.

5. L’idea di *oggetto teorico* è stata elaborata nell’ambito della storia e teoria dell’arte francese da Louis Marin e Hubert Damisch, quest’ultimo ne ha fatto un operatore fondamentale anche per la teorizzazione dell’architettura. Si tratta di un concetto operativo che è poi divenuto fondamentale per la teoria e critica delle arti oltreoceano e proprio in conversazione con alcuni membri del gruppo della rivista “October” Damisch riassume così un concetto che non è stato mai paradigmaticamente definito, proprio perché essenzialmente immanente agli oggetti d’analisi: “A theoretical object is something that obliges one to do theory; we could start there. Second, it’s an object that obliges you to do theory but also furnishes you with the means of doing it. Thus, if you agree to accept it on theoretical terms, it will produce effects around itself. [...] Third, it’s a theoretical object because it forces us to ask ourselves what theory is. It is posed in theoretical terms; it produces theory; and it necessitates a reflection on theory. But I never pronounce the word theory without also saying the word history. Which is to say that for me such an object is always a theoretico-historical object. Yet if theory is produced within his-

tory, history can never completely cover theory. That is fundamental for me. The two terms go together but in the sense in which each escapes the other.” (Y.-A. Bois, D. Hollier, R. Krauss, H. Damisch, *A Conversation with Hubert Damisch*, in “October”, vol. 85, Summer 1998, p. 8).

6. M. L. Frisa, con F. Bonami, A. Mattiolo (a cura di), *Lo sguardo italiano. Fotografie italiane di moda dal 1951 a oggi*, Charta-Fondazione Pitti Immagine Discovery, Milano 2005.

7. P. Colaiacomo, *Introduzione*, in Id. (a cura di), *Fatto in Italia. La cultura del Made in Italy (1960-2000)*, Meltemi, Roma 2006, p. 7.

8. *Ibidem*.

9. Ivi, p. 12.

10. P. Colaiacomo, *Idealità e sensualità. Il testo della moda italiana*, in M. L. Frisa, G. Monti, S. Tonchi, *Italiana. L’Italia vista dalla moda, 1971-2001*, Marsilio, Venezia 2018, pp. 215-221.

Alessandra Vaccari

Come sembrava lontano il '68, quando un intellettuale in odore di terrorismo come Giangiacomo Feltrinelli non aveva avvertito la stranezza di farsi fotografare da Ugo Mulas in pelliccia di lontra per il primo numero di L'Uomo Vogue, o forse aveva gustato proprio la stranezza di quella foto. Tutta la gramsciana incommunicabilità tra il presente e il passato della cultura nazionale. Una retorica così dura a morire che nel 1998 il numero celebrativo dei trent'anni della rivista ancora parlerà dell'immagine "assolutamente rivoluzionaria" dell'uomo in pelliccia.

Paola Colaiacono, *Fatto in Italia. La cultura del made in Italy*¹

La peculiare relazione della moda con il tempo è qui presa in esame attraverso la figura della/o stilista, focalizzando l'attenzione sul momento iniziale della sua definizione in Italia, intorno alla metà degli anni Sessanta. Se c'è un periodo da riconsiderare nella moda italiana del secondo dopoguerra è forse quello che coincide con gli anni in esame, tra il 1966 e il 1977, spesso interpretati in modo limitato come momento preparatorio del grande successo mediatico e commerciale del Made in Italy degli anni Ottanta. Divergendo da questa visione storiografica, il contributo inquadra l'emergere della figura dello stilista nella cultura italiana come "laboratorio" stesso del cambiamento che si esprime nella sperimentazione di un nuovo genere di moda, il prêt-à-porter; di una nuova identità professionale, lo stilista; e nell'invenzione di una nuova capitale della moda, Milano. Alcuni dei nomi di stilisti cui si fa riferimento in queste pagine sono poco conosciuti o in parte dimenticati e in attesa di un lavoro storico che ne riesamini gli apporti. Stilista è qui inteso non solo come manifestazione di un individuo reale, ma anche – rispetto alla lettura che Michel Foucault ha dato della "funzione-autore"² – come espressione di un insieme di fenomeni storici e sociali rispondenti al sistema che li regola e istituzionalizza. Nel caso degli stilisti italiani del periodo analizzato, la "funzione" include le visioni culturali, gli ambiti creativi, le strategie

imprenditoriali e comunicative e il loro stesso modo di rappresentarsi. Buona parte della letteratura recente sulla moda concorda nel ritenere che la figura dello stilista sia emersa in Italia per “cesura”³ e non per evoluzione rispetto alla figura del sarto d’alta moda. Partendo da questa prospettiva, il contributo pone un quesito storiografico, interrogandosi su quale visione del tempo il modello della “cesura” propone e su come tale visione abbia agito sulla concezione della moda italiana. L’ipotesi è che tale modello abbia funzionato in quegli anni per promuovere il ruolo sperimentale degli stilisti nella cultura italiana del tempo e possa essere oggi analizzato storicamente per capire il ruolo della moda in quanto agente attivo di trasformazione culturale, sociale e politica⁴. In accordo con la visione dello stilista come “cesura”, è parso coerente organizzare il discorso intorno a due momenti di svolta, o comunque di tensione al cambiamento, nella cultura italiana del tempo. La scelta è caduta sul 1966 e il 1977, che simbolicamente e materialmente hanno creato un’interruzione nella trasmissione della memoria della moda italiana, facendo posto a un radicale cambio di scena. Per tale ragione le due date prese in esame sono restituite graficamente nel titolo omettendo il trattino di congiunzione, evitando cioè di suggerire a priori ogni presunta omogeneità temporale compresa al loro interno.

1966

Durante la grande alluvione di Firenze del 4 novembre 1966 va distrutto l’archivio del Centro di Firenze per la moda italiana, che era stato creato dal 1954 per supportare e coordinare le presentazioni di moda di Palazzo Pitti e poi di Palazzo Strozzi. Con l’alluvione termina simbolicamente la stagione dell’“High Fashion” italiana, così come era stata concepita da Giovanni Battista Giorgini all’inizio degli anni Cinquanta e la cui immagine era stata centrale per la prima fase di esportazione del Made in Italy. Sebbene le passerelle di Firenze non fossero mai state esclusivamente di alta moda, era questo l’ambito ideale al quale l’iniziativa di Giorgini faceva riferimento. Giorgini si era dimesso dalla direzione delle manifestazioni fiorentine nel 1965 per cause non ancora del tutto chiarite, come spiega Neri Fadigati, nipote di Giorgini e curatore dell’archivio di quest’ultimo, in un suo articolo del 2018. L’articolo mette in discussione l’ipotesi storiografica più diffusa che vede le dimissioni in relazione a un “contrasto tra alta moda e

moda pronta”⁵. Fadigati invita a considerare con maggior cautela tale contrapposizione, notando come entrambi i settori fossero già presenti nella visione strategica di Giorgini. Ciò che forse non era presente, e che potrebbe spiegare le sue dimissioni, è il prêt-à-porter, nel suo porsi come qualcosa di nuovo sia rispetto all’alta moda, sia rispetto alla moda pronta. Il 1966 è il primo anno in cui le manifestazioni di Firenze non si svolgono sotto l’egida di Giorgini ed è anche l’anno della scissione dell’alta moda che comincia a sfilare a Roma. In quello stesso anno a Firenze si mette a fuoco il dibattito sul prêt-à-porter femminile e sulla figura dello stilista. E, infine, è sempre intorno a questa data che il prêt-à-porter comincia a essere considerato in Italia come una nuova espressione della moda.

La distruzione causata dalla grande alluvione di Firenze del 1966 è stata spesso utilizzata come artificio storiografico per segnare l’emergere della scena dell’architettura radicale nel capoluogo toscano, a partire dalle esperienze di Archizoom Associati e Superstudio, entrambi fondati ufficialmente in quell’anno. La narrativa dell’alluvione è la storia di un’idea che inizia con un articolo di Arata Isozaki dedicato a Superstudio, apparso su “Toshi jūtaku” nel settembre del 1971 e poi divulgato a più riprese dagli stessi esponenti dell’architettura radicale. Secondo questa narrativa, l’alluvione ha funzionato come una “tabula rasa”⁶ e un punto zero dal quale ripartire con “nuove energie per costruire un nuovo futuro”, come per esempio scrive la curatrice Maria Cristina Didero⁷. Lo stesso artificio storiografico sembra funzionare nel campo della moda⁸. La distruzione dell’archivio del Centro di Firenze per la moda italiana cancella simbolicamente le precedenti diatribe tra alta moda e moda pronta, per fare spazio al nuovo prêt-à-porter. Quest’ultimo si configura in quel frangente come un ripartire da zero perché – a differenza dell’idea di Giorgini di moda come portabandiera dell’“italianità” – comincia a promuovere un gusto sovranazionale che non permette più di distinguere “a prima vista un vestito italiano da uno francese o inglese”⁹, come si legge in un articolo del 1966. Secondo l’articolo, la novità sovranazionale del fenomeno dipende in parte da ragioni strutturali – per esempio il fatto che i tessuti sono italiani anche nel caso del prêt-à-porter francese – e in parte da ragioni commerciali: a quelle date molte boutique italiane comprano in Francia. Ma la ragione più importante, scrive Giulia Borgese, autrice dell’articolo, è che “le idee viaggiano e chi le fa viaggiare sono gli

stilisti sia esportandole direttamente come fa la francese Emmanuelle Khanh che disegna per tre ditte italiane, sia andandole a cogliere qua e là: in Marocco o alle Hawaii, a Carnaby Street o ai mercatini di roba americana, all'uscita delle scuole o nei *clubs* frequentati dai giovanissimi¹⁰. A sostegno della tesi della fluidità geografica del prêt-à-porter (che in realtà è soprattutto tra Italia e Francia) e del pendolarismo degli stilisti tra questi due paesi, si può ricordare che il 1966 è l'anno in cui lo stilista Jean Baptiste Caumont si trasferisce in Italia dalla Francia e che in quelle stesse date Krizia (Mariuccia Mandelli) presenta le sue collezioni contemporaneamente sia nei Salon del prêt-à-porter di Parigi, sia sulle passerelle di Firenze¹¹. Anche Walter Albini, che nella storiografia della moda italiana viene pressoché unanimemente indicato come iniziatore di questa professione¹², quando comincia la sua carriera in Italia ha alle spalle un lungo soggiorno a Parigi, svoltosi durante i primi anni Sessanta¹³. La situazione appare così ibrida che una stilista italiana come Graziella Fontana è a volte erroneamente indicata dalla stampa del tempo come francese, probabilmente confusa dal fatto che lavorasse per il marchio francese Chloè¹⁴. Riguardo al caso citato di Khanh è documentata la sua collaborazione per Max Mara, Missoni e Krizia, tutte aziende italiane centrali nello sviluppo del prêt-à-porter negli anni Sessanta. Nel 1967, Gabriella De Marco, stilista e titolare di Gulp!, boutique milanese dalle luci psichedeliche e dagli arredi sperimentali disegnati dell'artista Amalia Del Ponte, analizzava dal punto di vista del buyer i punti deboli del prêt-à-porter italiano. Nell'analisi, la comparazione era con quello francese che evidentemente era considerato un modello di riferimento: “[Parigi] a ogni stagione ci mostra le nuove tendenze con una faccia piuttosto unitaria, mentre andando a Firenze che cosa vediamo? C'è una ditta che ha fatto l'op, un'altra lo stile 1930, un'altra la donna dello spazio, un'altra ancora una bella contadinella. Così non sappiamo bene che cosa scegliere”¹⁵. L'intervento evidenzia come, in quei primi anni, i temi centrali del nuovo prêt-à-porter fossero la ricerca di una maggiore coesione e il tendere a obiettivi comuni che comprendevano in modo esplicito anche obiettivi commerciali. Interpretando questi dati è possibile immaginare che, oltre alla questione sovranazionale, l'altro punto centrale del prêt-à-porter fosse il netto contrasto con la prospettiva autoriale dell'alta moda, basata sull'individualità del creatore. Quest'ultima era espressa attraverso il concetto di linea che, a ogni

nuova stagione, caratterizzava la proposta di ciascuna casa di moda in competizione con le altre. In una dichiarazione apparsa su “Vogue Italia” nell'ottobre del 1967, Albini chiarisce la diversità del suo punto di vista in quanto stilista. Albini spiega di non essere interessato a imporre una nuova moda e di volere, invece, proporre uno stile o – come spiega Enrica Morini commentandone le parole – “tanti stili per tutte le donne, in una specie di generosità creativa ricca di sperimentazione e di entusiasmo”¹⁶. Il collettivismo che sostiene il lavoro degli stilisti e la loro idea di stile in opposizione alla moda riguarda il processo di progettazione, ma non riguarda invece il modo di comunicare la moda, ambito nel quale si continua a prediligere la sfilata, cioè una forma di spettacolo nata alla fine dell'Ottocento proprio in seno all'haute couture¹⁷. Sebbene il prêt-à-porter sia realizzato industrialmente, o forse proprio per questo, chiede fin dall'inizio di essere riconosciuto come parte della moda, non della produzione industriale d'abbigliamento, e il ricorso alla sfilata doveva sembrare il modo più immediato per ottenere tale riconoscimento. Questo spiega forse anche la preferenza che questa prima generazione di stilisti ha per le passerelle di Firenze invece che per il Samia, il Salone Mercato Internazionale dell'Abbigliamento che dalla metà degli anni Cinquanta si teneva a Torino e che era promosso dall'Ente italiano della moda¹⁸. Ma non solo agli stilisti interessava la sfilata, interessava anche poterne accentuare l'aspetto spettacolare, mostrando più modelli e in forma più personale. In un primo momento, questo era avvenuto evadendo le regole create a suo tempo da Giorgini e, dal 1971, con la scissione di Albini dalle passerelle di Firenze a favore di Milano¹⁹. Già nel 1970 a Firenze le collezioni “da pedana” degli stilisti erano concepite per avere un valore comunicativo, per offrire cioè un'immagine coerente delle ultime tendenze della moda. In un articolo del 1970 la giornalista Elisa Massai spiega che in quell'anno a Firenze sfilarono le “collezioni ‘vedette’ [che sono] solo in parte vendibili, ma servono a orchestrare la campagna della stampa”²⁰. Le collezioni “vedette” in questione erano disegnate da stilisti come Albini, Alberto Lattuada, Karl Lagerfeld, Silvana Belli, Graziella Fontana e Christiane Bailly. L'articolo evidenzia soprattutto il lavoro di coordinamento in atto in quel periodo, quando lavorare per temi comuni, rinunciare a una parte della propria individualità creativa e aprire alle richieste del pubblico²¹ erano obiettivi perseguiti come prioritari.

1977

Il 1977 è l'anno in cui è soppresso l'Ente italiano della moda di Torino, istituzione governativa che era nata con la finalità di promuovere e coordinare la moda italiana, ma che le recenti trasformazioni del sistema della moda avevano reso progressivamente marginale. L'Ente era stato creato dal regime fascista a metà degli anni Trenta con il nome di Ente nazionale della moda, sempre allo scopo di promuovere la moda italiana e soprattutto di limitare l'importazione o la copia di quella francese²². Alla caduta del fascismo l'Ente era stato prima soppresso e poi rifondato con il nuovo nome di Ente italiano della moda, nello stesso anno in cui Giorgini aveva organizzato a Firenze la prima edizione dell'Italian High Fashion Show. L'anno della chiusura definitiva dell'Ente è anche l'anno del celebre accordo tra Giorgio Armani e il GFT (Gruppo Finanziario Tessile), segno del nuovo interesse della grande industria per il prêt-à-porter degli stilisti e della portata che tale fenomeno sta per assumere²³. È inoltre l'anno in cui risultano attivi quasi tutti i nomi che di lì a poco parteciperanno alla marcia trionfale della moda italiana degli anni Ottanta, a cominciare da Armani, Gianni Versace (che disegna Callaghan) e Gianfranco Ferré (Baila e Courlande)²⁴. Anche se l'istituzionalizzazione della settimana della moda milanese avverrà solo nel 1978 con la definitiva apertura del Modit e del Centro sfilate presso la Fiera di Milano, già da qualche stagione la sua competitor non era più Firenze, ma direttamente Parigi. Lo conferma un articolo del "Corriere della Sera" del 1977 che annuncia "Passa da Parigi a Milano il primato della moda"²⁵. Nel vortice di tali eventi, non stupisce che la chiusura dell'Ente e la conseguente dispersione dei suoi archivi sia avvenuta in silenzio e nel disinteresse generale²⁶.

Dalla data della sua fondazione l'Ente aveva raccolto informazioni e materiali delle case di moda italiane poste sotto la sua tutela. Così facendo aveva costituito un centro di documentazione sulla moda italiana che, nelle intenzioni, avrebbe dovuto essere il "primo stadio di formazione di un museo", il cui archivio è descritto dall'Ente come "con cura catalogato e classificato" e impaginato in una forma così precisa "da poter resistere al tempo"²⁷. Gli eventi tuttavia hanno dimostrato il contrario.

In base alla testimonianza di Guido Gentile, soprintendente ai Beni archivistici per il Piemonte e la Valle d'Aosta dal 1978 al 1999, ciò che dopo la liquidazione dell'Ente restava dell'archivio venne da lui

rinvenuto accatastato in un magazzino della Regione Piemonte, in piazza Bernini a Torino. Si trattava di una serie di libri e di circa dieci scatole contenenti materiale fotografico. I libri furono recuperati da Bianca Gera, funzionaria dell'Assessorato cultura della Regione Piemonte, che insieme a Gentile aveva fatto il sopralluogo nei locali della Regione; per il restante materiale fotografico il soprintendente aveva fatto richiesta che fosse portato presso l'Archivio di Stato di Torino. Purtroppo, nel lasso intercorso tra il rinvenimento e l'organizzazione del trasporto, scomparve ciò che Gentile definisce nella sua testimonianza come le ultime "reliquie di un increscioso sgombero". Non si conoscono le dinamiche e il motivo che portarono alla scomparsa delle scatole²⁸, ma certo è che la loro perdita avvenne in un momento in cui i riflettori erano tutti puntati sulla città di Milano. L'esempio dell'archivio dell'Ente mostra come il processo di trasformazione della moda, nel periodo in esame, sia stato caratterizzato da lapsus, cesure temporali e dall'ansia di cancellare il passato. Sebbene non ci sia nessuna correlazione tra la storia dell'archivio e il nuovo corso della moda degli stilisti a Milano, l'esempio fa riflettere sul peculiare rapporto che la cultura italiana intrattiene con il tempo.

Loop temporali

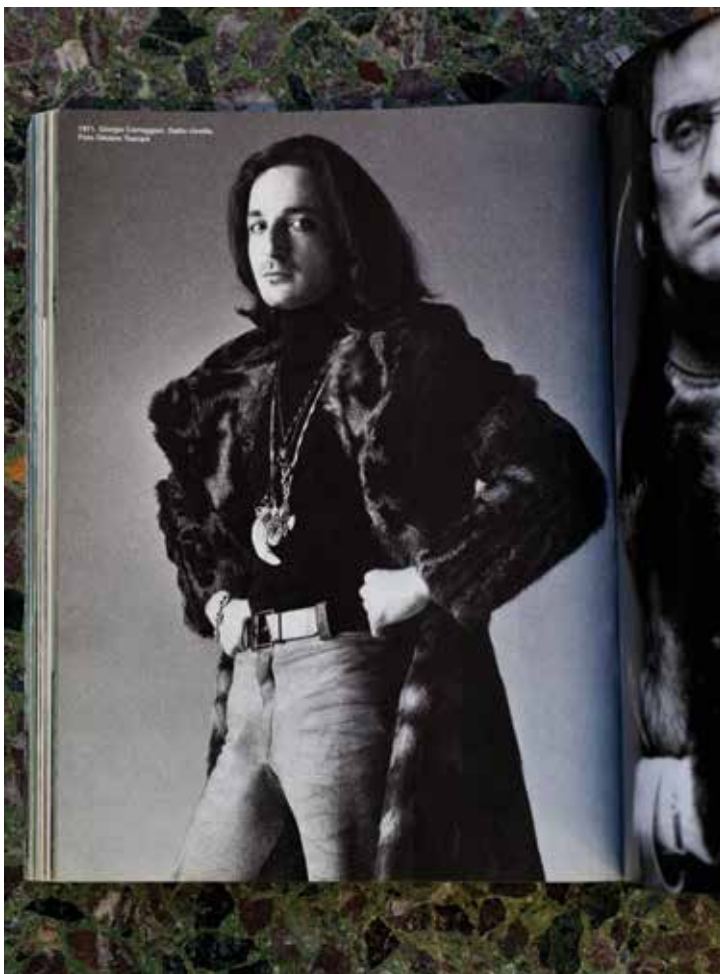
Paola Colaiacomo, facendo riferimento al pensiero di Antonio Gramsci, ha inquadrato il rapporto della cultura italiana con il tempo in termini di "incomunicabilità" tra il presente e il passato, spiegando come sia sempre la mancanza di un presente che impedisce al passato di diventare storia²⁹. Si può chiarire questo passaggio con la citazione posta in esergo a questo contributo e in cui Colaiacomo riflette sull'immagine dell'editore Giangiacomo Feltrinelli imprigionato in un *loop* temporale, tra il 1967 e il 1998. Il 1967 è l'anno in cui Feltrinelli posa in pelliccia sulle pagine del numero che sancisce la nascita della rivista "L'Uomo Vogue". È il mese di settembre, la fotografia è di Ugo Mulas e la pelliccia di Jole Veneziani. Il 1998, invece, è la data in cui l'immagine di Feltrinelli in pelliccia è ripubblicata nell'uscita dedicata al trentesimo anniversario de "L'Uomo Vogue"³⁰, celebrato in coincidenza con l'anniversario del '68.

L'immagine del 1967 mostra i cambiamenti dei costumi (la pelliccia da uomo); l'espansione dei consumi (l'arrivo de "L'Uomo Vogue" in edicola) e una forte spinta al cambiamento nella cultura italiana. A



Giangiacomo Feltrinelli fotografato da Ugo Mulas,
per "L'Uomo Vogue", n. 1 settembre 1967 e n. 292 luglio-agosto 1998

questo proposito, la didascalia all'immagine spiega che Feltrinelli è un editore che "ha fiducia nei giovani, è pronto ad appoggiare ogni nuova iniziativa, ad aprire la sua libreria in via Manzoni ai loro dibattiti accesi come alle loro manie più frivole"³¹. Se il numero del 1967 è proiettato al futuro, ci si aspetterebbe che "L'Uomo Vogue" del 1998 debba fare i conti con la memoria. Al contrario, il testo di Roberta Rotta che accompagna il servizio – nota Colaiacomo – presenta al pubblico di fine millennio l'immagine dell'uomo in pelliccia come "assolutamente rivoluzionaria", come presente, come se i trent'anni che separano le due immagini non fossero mai stati metabolizzati. La stessa riflessione si potrebbe fare sullo stilista Giorgio Correggiari, di cui il servizio del trentennale de "L'Uomo Vogue" rimette in circolo l'immagine, ma senza menzionare la sua storia di insider critico della moda italiana. Una storia che al 2018 risulta misteriosamente ancora poco studiata. Come nel caso di Feltrinelli, un buon esercizio per apprezzare la distanza storica è paragonare la pagina del 1998 con quella del febbraio 1971, quando la fotografia di Correggiari – si tratta di uno scatto di Oliviero Toscani – fu pubblicata per la prima volta su "L'Uomo Vogue". Qui Correggiari appare all'età di ventisette anni e con uno stile esuberante e anticonformista. L'inquadratura a figura intera (quella del 1998 ha invece il taglio di un piano americano) permette di apprezzare quanto siano invecchiati i suoi pantaloni di camoscio a zampa d'elefante, indossati con dolcevita scuro e pelliccia lunga fino ai piedi. I capelli sono lunghi, le sopracciglia disegnate e gli occhi scuriti dal kajal. Nel testo che accompagna l'immagine, lo stilista viene definito "filosofo della moda"³² spiegando come la sua filosofia consista nel "rifiutare il ruolo specializzato e magari teorico dello stilista che disegna il figurino, ma nell'abbracciare tutto l'arco di ogni idea"³³. Diversamente dall'immagine dello stilista come designer industriale, che per esempio ispirerà Giorgio Armani³⁴, Correggiari si propone come capace di lavorare manualmente su ogni capo, dal filato grezzo alle rifiniture. Il suo ingresso ufficiale nella moda risale al 1968, data di fondazione della boutique Pam Pam di Riccione che, si legge sempre nell'articolo di "L'Uomo Vogue" del 1971, era un progetto animato dal "rifiuto dell'alta moda" e dal desiderio di produrre idee per i "giovani all'avanguardia"³⁵.



Giorgio Correggiari fotografato da Oliviero Toscani,
per "L'Uomo Vogue", n. 10 febbraio 1971 e n. 292 luglio-agosto 1998

Stilisti e "anomalia italiana"

Come si è visto, esistono molti aspetti innovativi e di rottura col passato che accompagnano l'emergere in Italia di una nuova cultura della moda. Resta ora da chiarire in che modo gli stilisti si autodefiniscano in relazione a tale cultura e che tipo di sensibilità o visione del tempo rappresentino e contribuiscano a promuovere in quanto "soggetti produttori di storia"³⁶. L'idea di cesura col passato, da cui parte questo contributo, affonda le sue radici nella logica dialettica che da Hegel arriva a Marx e che si basa sull'idea che bisogna negare per poter creare, vale a dire bisogna negare il presente prima che il futuro possa compiersi³⁷. Tale concezione – che immagina il tempo muoversi principalmente in una direzione, dal passato al futuro – è stata largamente condivisa tanto dalle politiche rivoluzionarie quanto dalle estetiche moderniste. Essa inoltre non è morta insieme alle avanguardie e ha continuato a essere modello di riferimento per i movimenti sociali e artistici incentrati sull'attivismo³⁸. Anche la moda occidentale degli ultimi secoli ha avuto una certa familiarità con questo procedere per negazione del presente al fine di fare spazio al futuro. Un procedimento che tocca sia le capacità amnesiche della moda teorizzata da Roland Barthes come pura logica del cambiamento³⁹, sia il modo in cui l'intero sistema della moda si è periodicamente reinventato. Riguarda anche – e soprattutto in questo contesto – il modo in cui tale reinvenzione è stata fatta oggetto di discorso: spiegata in quanto inizio di una storia e per contrapposizione a quella che si sta per chiudere. Tutto questo non appartiene solo alla moda italiana, eppure in questa prospettiva sembra essere particolarmente leggibile. Negli anni in esame lo stilista è un esempio di come sia stato definito e si sia autodefinito nei termini di "un inizio a partire da niente"⁴⁰, mutuando questa espressione dalle riflessioni di Rosalind Krauss sull'originalità dell'avanguardia come mito dell'origine. Nel caso dello stilista è anche interessante sottolineare la resistenza di tale idea della nuova origine, che ritorna immutata nelle letture storiografiche basate sulla cesura con l'alta moda. Sono molti gli esempi che si possono fare per verificare questa prospettiva teorica e, tra questi, l'ansia della nuova generazione di stilisti di distruggere "Firenze" prima ancora dell'avvenuta creazione della settimana della moda di Milano. Una giornalista attenta come Adriana Mulassano, in un suo articolo del 1974, guardava con preoccupazione la scissione in atto e il desiderio degli stilisti di cambiare non tanto

una moda, quanto l'“intero sistema”. Benché Mulassano capisse le ragioni di tale “scissione”⁴¹ e fosse molto critica nei confronti di ciò che lei stessa considerava un appiattimento di Firenze verso il basso, tuttavia considerava deleterio lasciare Firenze senza che Milano fosse già strutturata. Così facendo accusava il gruppo di stilisti che stavano guidando la scissione, e che comprendeva i nomi di Caumont, Krizia e Missoni, di un atteggiamento contestatore e autodistruttivo. La scissione, concludeva Mulassano ancora nel 1974, “rischia di compromettere la solidità di Firenze senza dare un'alternativa che nasca all'insegna della sicurezza”⁴².

Un altro esempio riguarda l'“invenzione dello stilista”⁴³ ovvero il fatto che gli stilisti siano stati l'asse intorno al quale si è organizzato il cambiamento della moda italiana, rendendo particolarmente esplicito tale cambiamento attraverso l'adozione di un nuovo nome⁴⁴. La parola stilista, in relazione alla progettazione del prêt-à-porter, suonava all'epoca come un neologismo, come suggerisce l'aneddoto frequentemente citato di Nino Cerruti della Hitman che racconta di come la gente fosse confusa quando presentava loro Armani come suo stilista, dopo averlo chiamato nel 1964 a collaborare alla messa a punto della propria linea di moda maschile⁴⁵. La storia di questo neologismo ha una sua cronologia ufficiale in Italia che – come si è detto – tende ad attribuire un ruolo centrale a Albini in quanto “primo stilista”⁴⁶, oltre che “inventore dell'Italian look”⁴⁷ e precursore dello spostamento del prêt-à-porter a Milano. L'aura di eroismo che circonda la sua figura è aumentata dal fatto di essere purtroppo morto giovane, nel 1983, e senza cioè avere avuto la possibilità di raccogliere appieno i frutti del suo lavoro, diversamente da altri protagonisti della stessa stagione. La parola stilista, come ha suggerito Simona Segre Reinach, “è una chiave in sé per comprendere l'elemento centrale dell'identità italiana, ossia la creazione del sistema del prêt-à-porter che si è sviluppato a Milano”⁴⁸. In virtù di questa specificità si tratterebbe di una parola “impossibile da tradurre”, assunto quest'ultimo che è emerso in modo chiaro e con forza in occasione della mostra del Victoria & Albert Museum di Londra intitolata “The Glamour of Italian Fashion” e tenutasi nel 2014. La proposta di mantenere stilista in italiano è stata utilizzata in quell'occasione per sottolineare le sue diverse sfumature di senso rispetto a fashion designer, come è spiegato nel testo introduttivo al catalogo della mostra⁴⁹. La parola inglese fashion designer ha assunto

col tempo il ruolo di un termine ombrello ed è correntemente applicata a esperienze che coprono un arco temporale vasto: dal XIX secolo e dall'origine dell'haute couture fino al contemporaneo⁵⁰. È un termine che unifica (o ingloba), piuttosto che dividere, diversamente dalla parola stilista che l'Italia presumibilmente mutua dal francese (*styliste*). Il termine di prêt-à-porter – ugualmente mutuato dal francese – si è diffuso nella lingua italiana senza traduzione, mentre stilista ha subito fin dall'inizio un processo di appropriazione.

La scelta della mostra di Londra offre alcuni vantaggi per l'analisi storica e culturale, ma anche alcuni svantaggi. Vantaggi perché, come si è detto, mette in luce la specificità storica e culturale del fenomeno. Svantaggi perché corre il rischio di isolare concettualmente una vicenda, quella dell'emergere degli stilisti, che invece è profondamente intrecciata a ciò che è avvenuto in altri paesi, come la Francia, in un momento di profonda internazionalizzazione della moda. Così facendo, il termine stilista tende a ribadire il mito modernista dell'“originalità” come origine⁵¹ e di accentuare quella pericolosa inclinazione italiana all'“incomunicabilità” del presente con il passato⁵². Il rischio è che il fenomeno dello stilista finisca nella gabbia dorata, ma in fondo irreali, dell'esperienza tanto “originale” da rendere impossibile una sua traduzione. Se è vero che il fenomeno dello stilista è stato nelle fasi iniziali di gestazione un esperimento di confronto culturale e un “laboratorio” stesso del cambiamento, questo è accaduto anche in virtù della sua capacità di tradurre qualcosa e di essere tradotto. In questo il fenomeno dello stilista si è proposto contemporaneamente come un po' in ritardo (inizialmente per esempio rispetto alla Francia) e un po' in anticipo sui propri tempi, con un lieve disassamento e dilatazione temporale simile a quella “anomalia italiana”⁵³ che ha caratterizzato l'ambito sociale per il protrarsi delle tensioni generate dal '68 fin dentro il 1977. Invece di inquadrare il fenomeno nella sua impossibilità di essere tradotto, forse è più utile cercare di lavorare sulle tensioni, non solo linguistiche, ma anche temporali, culturali e politiche che ogni processo di traduzione comporta⁵⁴, così come è già avvenuto nella riflessione sul Made in Italy, all'interno della quale anche la vicenda dello stilista si colloca.

1. P. Colaiacomo, *Introduzione*, in Id. (a cura di), *Fatto in Italia. La cultura del made in Italy*, Meltemi, Roma 2006, pp. 7-25, qui p. 15.
2. M. Foucault, *Qu'est-ce qu'un auteur?*, in "Bulletin de la Société Française de Philosophie", a. LXIII, n. 3, 1969, pp. 73-104; tr. it. *Che cos'è un autore?*, in Id., *Scritti letterari*, a cura di C. Milanese, Feltrinelli, Milano 1971, pp. 1-21.
3. P. Volonté, *La figura dello stilista*, in M. L. Frisa, G. Monti, S. Tonchi (a cura di), *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001*, catalogo della mostra (Palazzo Reale, Milano 22 febbraio-6 maggio 2018), Marsilio, Venezia 2018, pp. 263-9, qui p. 264; S. Segre Reinach, *The Italian Fashion Revolution in Milan*, in S. Stanfill (a cura di), *The Glamour of Italian Fashion Since 1945*, catalogo della mostra (Victoria & Albert Museum, Londra 5 aprile-27 luglio 2014), V&A, Londra 2014, pp. 58-71; S. Stanfill, *Introduction*, in Id. (a cura di), *The Glamour of Italian Fashion Since 1945*, cit., pp. 8-29. M. L. Frisa, S. Tonchi, *La bellezza utile*, in M. L. Frisa, G. Monti, S. Tonchi (a cura di), *op. cit.*, pp. 3-19.
4. C. Breward, C. Evans, *Introduction*, in Id. (a cura di), *Fashion and Modernity*, Berg, Oxford-New York 2005, pp. 1-7. M. Barnard, *History and Fashion. Five Positions*, in Id., *Fashion Theory. An Introduction*, Routledge, Londra-New York 2014, pp. 56-72.
5. N. Fadigati, *Giovanni Battista Giorgini, la famiglia, il contributo alla nascita del Made in Italy, le fonti archivistiche*, in "Zone-Moda Journal", vol. VIII, n. 1, 2018, doi.org/10.6092/issn.2611-0563/8385ZoneModaJournal.
6. M. C. Didero, *Il design radicale non è mai esistito*, in P. Bruggellis, G. Pettena, A. Salvadori (a cura di), *Utopie radicali. Archizoom, Remo Buti, 9999, Gianni Pettena, Superstudio, UFO*, catalogo della mostra (Palazzo Strozzi, Strozziina, Firenze 20 ottobre 2017-21 gennaio 2018), Quodlibet, Macerata 2017, pp. 61-78, qui p. 63.
7. *Ibidem*.
8. E. Desiderio, *Il centro di Firenze per la moda italiana*, in M. L. Frisa, A. Mattiolo, S. Tonchi, *Bellissima. L'Italia dell'alta moda, 1945-1968*, catalogo della mostra (MAXXI, Museo nazionale delle arti del XXI secolo, Roma 2 dicembre 2014-3 maggio 2015), Electa-MAXXI, Roma 2014, pp. 328-31.
9. G. Borgese, *Diritto all'eleganza. Il prêt-à-porter e il costume oggi*, in "Corriere della Sera", 19 novembre 1966, p. 11.
10. *Ibidem*.
11. G. Borgese, *Perché tanti italiani si vestono alla francese, Tavola rotonda sul prêt-à-porter*, in "Corriere della Sera", 28 ottobre 1967, p. 11.
12. G. Bianchino et al., *Walter Albini*, Università di Parma, Centro Studi e Archivio della Comunicazione, Parma 1988; W. Albini et al., *Walter Albini*, Galleria Carla Sozzani, Milano 1990; M. L. Frisa, S. Tonchi, *Walter Albini e il suo tempo. L'immaginazione al potere*, Marsilio-Fondazione Pitty Discovery, Venezia 2010.
13. E. Morini, *Il caso Albini*, parte di Id., N. Bocca, *Lo stilismo nella moda femminile*, in G. Butazzi, A. Mottola Molino (a cura di), *La moda italiana*, vol. II *Dall'antimoda allo stilismo*, Electa, Milano 1987, pp. 64-101, qui pp. 70-77.
14. Cfr. D. Grumbach, *Histoires de la mode*, Regard, Parigi 2008 (1993), pp. 212-348 *passim*.
15. G. Borgese, *Perché tanti italiani si vestono alla francese*, cit. Si veda anche A. Drake, *The Beautiful Fall. Fashion, Genius, and Glorious Excess in 1970s Paris*, Back Bay, New York 2006.
16. E. Morini, *Il caso Albini*, cit., pp. 72-3.
17. C. Evans, *The Mechanical Smile. Modernism and the First Fashion Shows in France and America, 1900-1929*, Yale University Press, New Haven 2013.
18. I. Paris, *L'Ente italiano della moda*, in M. L. Frisa, A. Mattiolo, S. Tonchi, *op. cit.*, pp. 238-40, qui p. 239.
19. M. L. Frisa, S. Tonchi, *La bellezza utile*, cit., pp. 3-19, qui p. 6.
20. E. V. Massai, *Le sfilate di Firenze. Si aspetta una parola risolutiva*, in "Corriere della Sera", 1 aprile 1970, p. 11.
21. Si veda E. Morini, *Il caso Albini*, cit., p. 73.
22. Cfr. S. Gnoli, *La donna, l'eleganza, il fascismo. La moda italiana dalle origini all'Ente nazionale della moda*, Edizioni del Prisma, Catania 2000; M. Lupano, A. Vaccari (a cura di), *Una giornata moderna. Moda e stili nell'Italia fascista*, Damiani, Bologna 2009.
23. N. Bocca, *Dall'anonimato dello stilista all'anonimato dell'industria*, parte di E. Morini, N. Bocca, *Lo stilismo nella moda femminile*, cit., pp. 79-100, qui p. 81.
24. E. Puccinelli (a cura di), *Professione Pr. Immagine e comunicazione nell'archivio Vitti*, Skira, Milano 2011, p. 37.
25. A. Mulassano, *Passa da Parigi a Milano il primato della moda*, in "Corriere della Sera", 19 marzo 1977, p. 7.
26. Lo scioglimento e la messa in liquidazione dell'Ente nazionale della moda era avvenuta al termine della seconda guerra mondiale (decreto legislativo n. 470 del 15 settembre 1946). L'Ente italiano della moda era stato istituito con decreto del presidente della repubblica n. 239 del 17 febbraio 1951.
27. *Come nasce un museo*, in "Bollettino di informazioni dell'Ente nazionale della moda", vol. III, n. 19-20, 16 ottobre 1938, pp. 9-15.
28. Le testimonianze di Guido Gentile sono state raccolte, su richiesta di chi scrive, dall'archivista Sara Micheletta e comunicate via email il 2 aprile 2015 e il 5 aprile 2017.

29. P. Colaiacomo, *Introduzione*, in Id. (a cura di), *op. cit.*, p. 15.

30. R. Rotta, *Furs Gallery*, in “L’Uomo Vogue”, a. XXX, n. 292, luglio-agosto 1998.

31. *Giangiaco Fetrinelli*, in “L’Uomo Vogue”, a. I, n. 1, settembre 1967.

32. *I creatori della moda*, in “L’Uomo Vogue”, a. IV, n. 10, febbraio 1971, pp. 116-123.

33. *Ibidem*.

34. Cfr. A. Vaccari, *Per un’autobiografia della moda italiana*, in M. L. Frisa, G. Monti, S. Tonchi (a cura di), *op. cit.*, pp. 222-9.

35. *I creatori della moda*, in “L’Uomo Vogue”, cit.

36. P. Colaiacomo, *Introduzione*, in Id. (a cura di), *op. cit.*, p. 17.

37. M. Cuevas-Hewitt, *Towards a Futurology of the Present. Notes on Writing, Movement, and Time*, in “The Journal of Aesthetics & Protest”, n. 8 *Grassroots Modernism*, inverno 2011-12, <https://www.joaap.org/issue8/futurology.htm> (ultimo accesso 20 ottobre 2018).

38. *Ibidem*.

39. R. Barthes, *Sistema della moda*, tr. it. di L. Lonzi, Einaudi, Torino 1970, pp. 290-1; ed. or. *Système de la mode*, Seuil, Parigi 1967.

40. R. Krauss, *L’originalità dell’avanguardia*, in G. Di Giacomo, C. Zambianchi (a cura di), *Alle origini*

dell’opera d’arte contemporanea, Laterza, Bari 2008, p. 157; ed. or. *The originality of the Avant-garde*, in “October”, n. 18, 1981.

41. A. Mulassano, *Milano si lancia nella moda*, in “Corriere della Sera”, 24 marzo 1974, p. 21.

42. *Ibidem*.

43. G. Bianchino, A. C. Quintavalle, *Moda. Dalla fiaba al design. Italia 1951-1989*, De Agostini, Novara 1989, p. 235.

44. P. Volonté, *op. cit.*, p. 264.

45. S. Giacomoni, *L’Italia della moda*, fotografie di A. Castaldi, Mazzotta, Milano 1984, p. 66; M. Gastel, *50 anni di moda italiana. Breve storia del prêt-à-porter*, Vallardi, Milano 1995, pp. 103-5; P. Volonté, *op. cit.*, p. 264; A. Vaccari, *Per un’autobiografia della moda italiana*, cit., p. 225.

46. B. Giordani Aragno (a cura di), *Progetto e stile: creatori della linea italiana*, catalogo della mostra (Roma 10 febbraio-31 marzo 1982), De Luca, Roma 1982, p. 46.

47. Cfr. S. Segre Reinach, *Putting it Together*, in M. L. Frisa, S. Tonchi, *Walter Albini e il suo tempo*, cit., pp. 18-9. Si veda anche S. Segre Reinach, *The Italian Fashion Revolution in Milan*, cit., p. 62.

48. S. Segre Reinach, *The Italian Fashion Revolution in Milan*, cit., p. 62.

49. S. Stanfill, *Introduction*, in Id. (a cura di), *The Glamour of Italian Fashion*

Since 1945, cit., pp. 8-29.

50. D. Frasqueti Russi, A. Vaccari, *La relazione tra Stati Uniti e Italia nell’origine dello stilista. Tentativo di una definizione*, in A. C. Broega et al. (a cura di), “Cimode, IV Congresso Internacional de Moda y Diseño”, atti del convegno, Universidade do Minho, Minho 2018, pp. 88-96.

51. R. Krauss, *op. cit.*

52. B. Neilson, *Provincialising the Italian Effect*, in “Cultural Studies Review”, vol. XI, n. 2, settembre 2005, pp. 11-24, qui p. 13.

53. F. Berardi (Bifo), *Quarant’anni contro il lavoro*, Derive Approdi, Roma 2017, http://www.tecalibri.info/B/BERARDI-F_lavoro.htm (ultimo accesso 20 ottobre 2018).

54. B. Neilson, *op. cit.*, p. 13.

