

108—113

Moschino: To Be or Not To Be, That's Fashion by Maria Luisa Frisa

Reader p. 184

Dune, Manifesto
Archive Code 001.019

Filed under: STUDIES

108

109

- 1 Mauro Foroni, "La ricetta," in Franco Moschino and Lida Castelli, eds, *X anni of kaos!* (Milan: Lybra Immagine, 1993), 62.
- 2 "The opening of the first boutique, on Via Sant'Andrea in Milan, provides Franco Moschino with yet another formidable communications medium: the shop window. It's a squarish, deep space, like a room. The black and white floor forms a direct link to the interior spaces, and bears the same checkerboard pattern previously used in the showroom and the studio." Mariuccia Casadio in *Moschino: ?* (Milan: Skira, 2001).

3 Corrado Levi, "Franco Moschino," in *Flash Art*, no. 181 (1994), 103.

"Add, subtract, turn upside-down, inside-out, test, reject." You can mix precision with irony, the patience of numbers, with childlike spontaneity, computer mechanics with the glow of mysticism. So long as technique or sentiment aren't ends in themselves. [...] Irony, provocation and humour are safeguards against the project turning into a mission, or worse, speculation.¹

I'm like a cook. In a sense, you could say I follow classic recipes, invented long ago.
Franco Moschino

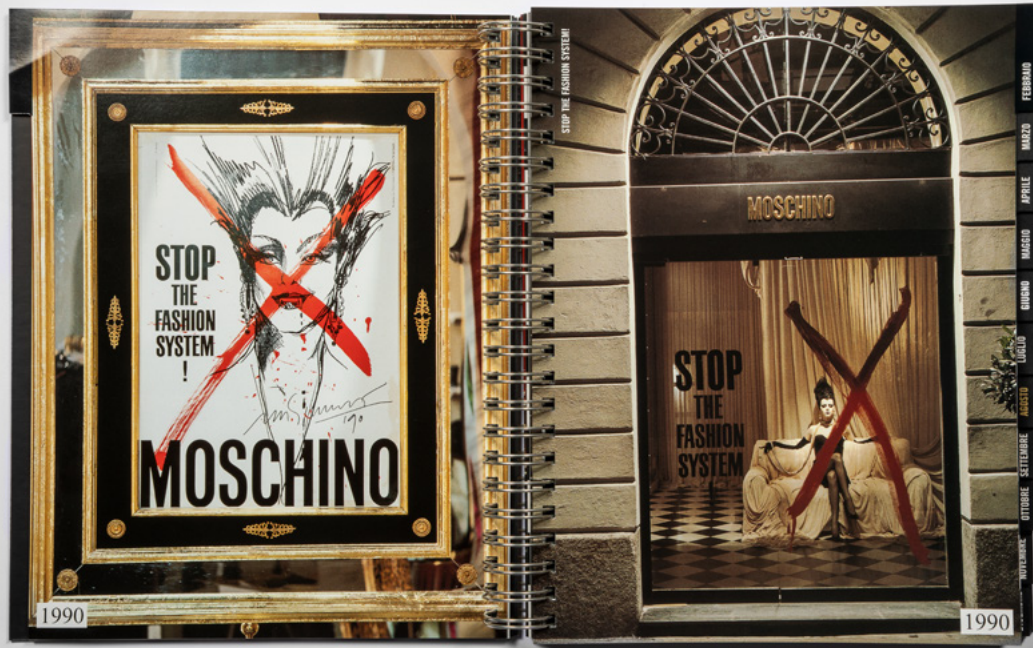
"Stop the fashion system!": this is what was written on a drawing that depicted fashion as a beautiful but bloodthirsty vampire. Franco Moschino, author of the drawing, would go on to use this injunction as the title of a unique act, a sort of eulogy in memory of fashion, that would end with these words: "Fashion is no more... only people and clothes remain." In 1990 the vampire was the icon of an advertising campaign for the Moschino brand (Fall/Winter 1990-91), becoming, in February of the same year, also a three-dimensional manifesto, the window of the store in Milan. That image was the reflection of a twofold relationship with the fashion system, in which the designer's passion for his profession coexisted with an awareness of all the problems faced by that system.

Moschino, who had studied at the Accademia di Brera in Milan, Italy's most prestigious art school, appropriated the types of fashion and the stereotypes of Italy as well as the languages and practices of art to create extraordinary montages that made his collections something more than mere sequences of clothes. The designer took the liberty of denouncing the system from within, of revealing its aberrations. His use of drawing, typography and catchphrases or pop icons like the smiley was a consequence of his need to communicate. Out of this came a series of wearable manifestos – "Ideal dress = No stress & No dress?"; "Love has no colors"; "You can't judge a girl by her clothes"; "In love we trust!"; "Dreams can come true" – that also appeared in the large window of the store on Via Durini in Milan, a stone's throw from San Babila, transformed into a three-dimensional admonition, a stage for parades of protesting manikins.² Moschino was not just an insider critical of the fashion system and its victims, but also a protagonist conscious of the fact that the time had come for fashion, given its pervasive nature, to assume the responsibility of drawing attention to the fundamental questions of the environment, the defense of the weak and the protection of diversity.

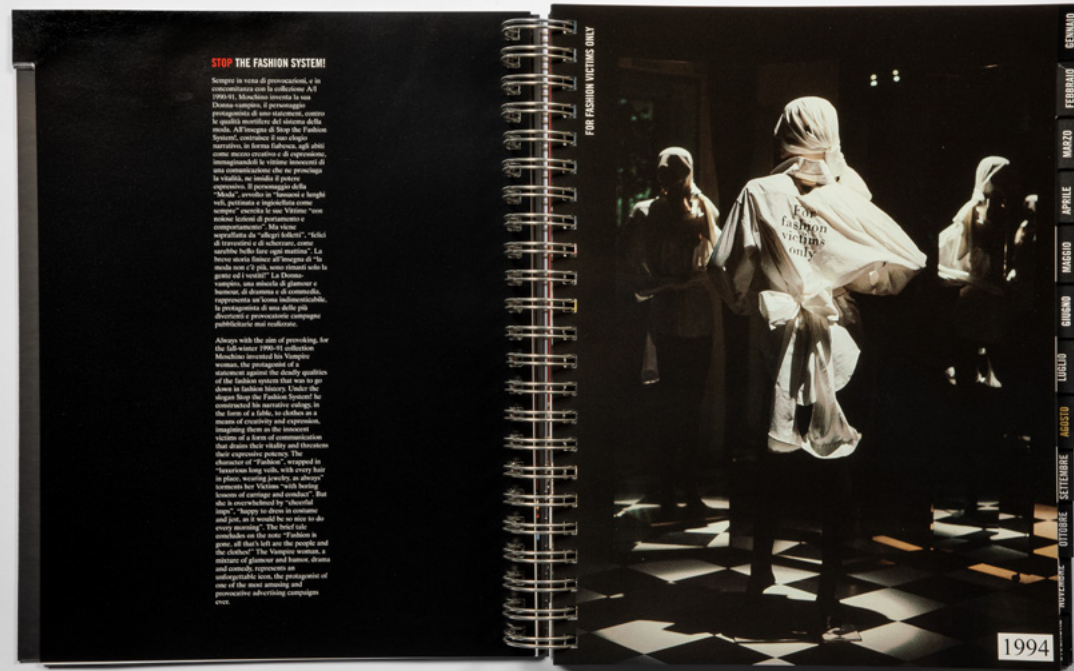
In an interview granted to Corrado Levi on the occasion of the exhibition *Ten Years of Chaos!* at La Permanente in Milan in 1993, Moschino said this: "I do not believe there is any such thing as a law of good taste, but there is a taste, one's own. The message that we are sending and is ours is not that of the clothes. In short the clothes are not very important. If I consider fashion a major or minor art... I consider fashion... I don't consider fashion, I certainly don't consider it an art... body art maybe."³ Manifesto. Message. Integral part of his fashion, and at the same time comment, jarring note. With the awareness that language is the real

Dune

Vol. 001 n. 002 (2020)



1 “Stop the fashion system” Moschino boutique showcase, February 1990. Photography by Stefano Pandini. Images published in “? Moschino” (Milano: Skira, 2001). Courtesy of Moschino.

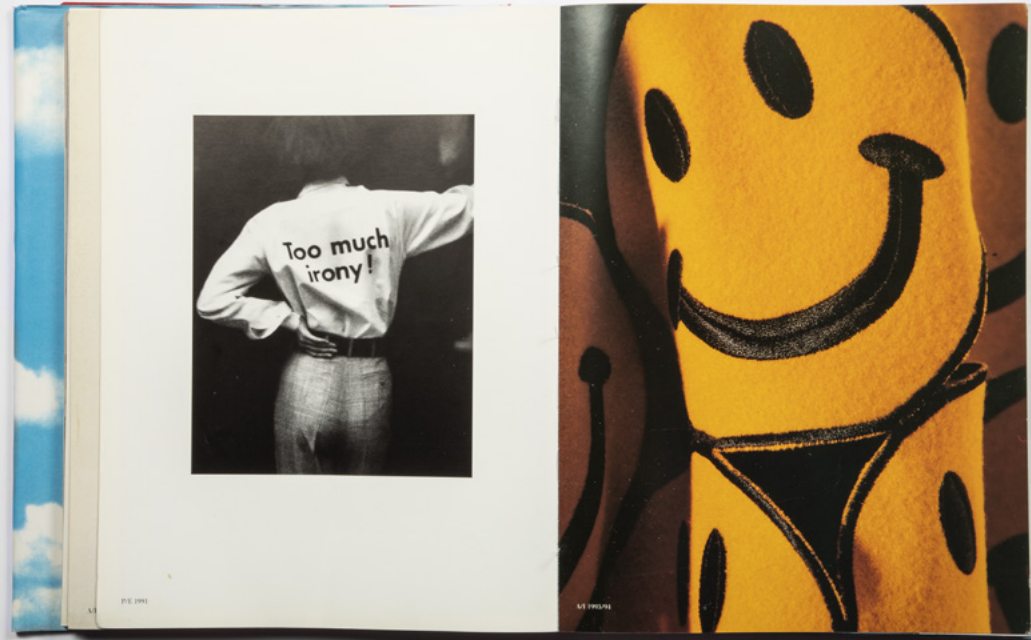


2 Right: “For fashion victims only” Moschino boutique showcase, January 1994. Photography by Stefano Pandini. Image published in “? Moschino” (Milano: Skira, 2001). Courtesy of Moschino.

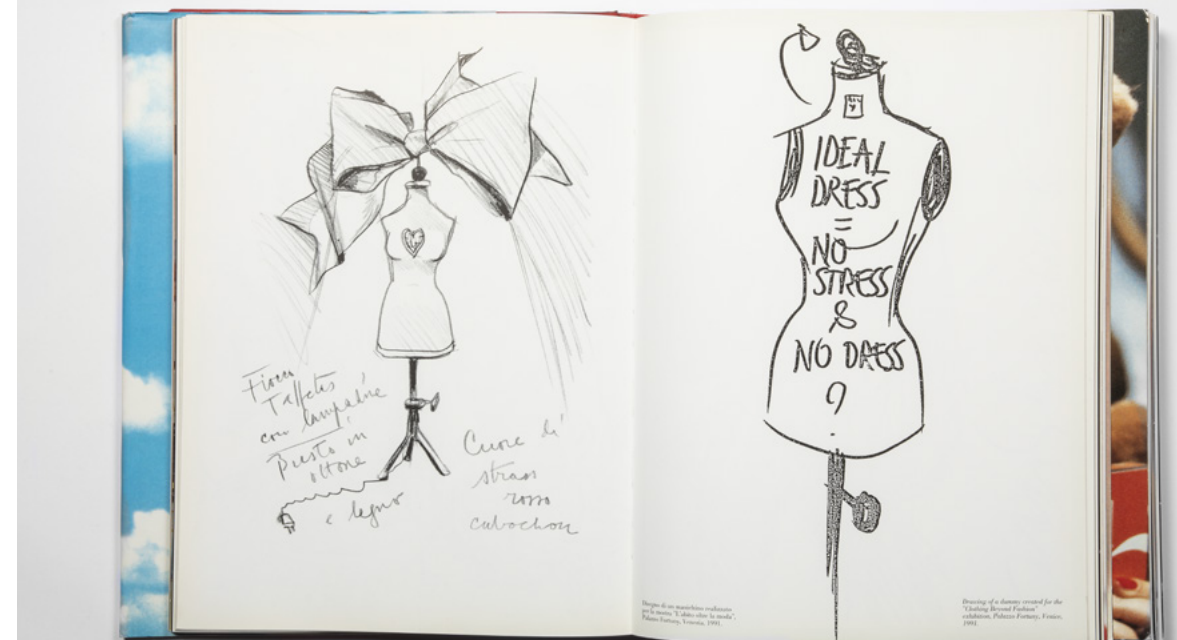
antibody of the system. As someone who had studied art, and who was an exceptional draftsman (he had started his career making sketches for Gianni Versace), he was certainly familiar with conceptual art and visual poetry. I thought of visual poetry when reexamining his work today and I found in a passage by Luciano Ori in the catalogue of an exhibition that opened in Florence at the end of 1979 words that can also serve to interpret Moschino’s verbal-visual-vestimentary montages: “It’s a phase of open conflict, one in which Visual Poetry is waging genuine semiological guerrilla warfare: it throws messages and meanings off course, overturns them, makes them change direction. In practice it takes their visio-verbal materials apart in order to reassemble them in opposite and different messages and meanings.”⁴

Moschino was able to do this with fashion. Boastful and voracious, he succeeded in doing things that to our eyes today reveal all the innovative force of a project that went well beyond current fashion, the ready-to-wear that was the protagonist of those controversial years in which, with all its ups and downs, the concept of Made in Italy was established.

Moschino brought out the intellectual quality of his work. His style was a statute of freedom of interpretation. A flight from everything: from the trap of seasons and collections, from the mythology of the original, from stylistic canons. Everything went round and round on his fanciful carousel. In this phantasmagoria the perfect Chanel suit became the starting point for endless variations. But at the same time there were the environment, the prevention of cruelty to animals, the compassion for sick children, the campaign against AIDS. He had himself photographed smiling and wearing a Marilyn-style wig for one of his advertising campaigns. And then he wrote “It’s all so simple” on a definitive white A-line dress.



3 Spring/Summer 1991 Collection, detail. Fall/Winter Collection 1993-94, detail. Images published in "X anni di kaos! 1983-1993" (Milano: Lybra Immagine, 1993). Courtesy of Moschino.



5 Franco Moschino sketches. Right: sketch for the exhibition *L'abito oltre la moda*, Palazzo Fortuny, Venice, 1991. Sketches published in "X anni di kaos! 1983-1993" (Milano: Lybra Immagine, 1993). Courtesy of Moschino.



4 "Berlin Wall" boutique showcase, November 1989, detail. Courtesy of Moschino.

Maria Luisa Frisa is a critic and curator. She is Full Professor at IUAV University of Venice, where she is Director of the BA Program in Fashion Design and Multimedia Arts. Her latest book: *Le forme della moda* (Il Mulino, 2015). She also edited *Desire and Discipline: Designing Fashion at Iuav* (Marsilio, 2016). Among her latest projects: the exhibition and the book *ITALIANA. Italy Through the Lens of Fashion 1971-2001* (Milano, Palazzo Reale, 2018); the exhibition and the book *Memos. On Fashion in This Millennium* (Milano, Museo Poldi Pezzoli, 2020).

Moschino: To be or not to be, that's fashion

“Mettere, togliere, capovolgere, aggiungere, provare, scartare”. Si può mischiare la precisione con l'ironia, la pazienza con lo spon-taneismo infantile, la meccanica del computer con l'oro del misti-cismo. Basta che la tecnica non rimanga fine a se stessa e così pure i sentimenti. [...] Ironia, provocazione, umorismo sono una denun-cia a non fare della progettazione una missione o peggio, una speculazione.¹

Io sono come un cuoco, in un certo senso, potrei dire che eseguo ricette classiche, inventate dal tempo.
Franco Moschino

“Stop the fashion system!”: così è scritto nel disegno che raffigura la moda come una bellissima vampira assetata di sangue. Franco Moschino, l'autore del disegno, utilizzerà poi quest'ingiunzione come titolo di un atto unico, sorta di orazione funebre in memoria della moda, che chiuderà con queste parole: “La Moda non c'è più, sono rimasti solo la gente e i vestiti”. La vampira è nel 1990 l'icona di una campagna pubblicitaria del brand Moschino (autunno/inverno 1990-91), divenendo, nel febbraio dello stesso anno, anche manifesto tridimensionale, vetrina del negozio di Milano. Quell'immagine è rappresentazione di un rapporto duplice con il sistema della moda, in cui coesistono la passione dello stilista per la sua professione e la consapevolezza di tutte le criticità del sistema stesso. Moschino, che era stato studente all'Accademia di Brera di Milano, si appropria delle tipologie della moda così come degli stereotipi italiani e dei linguaggi e delle pratiche dell'arte per straordinari montaggi che rendono le sue collezioni altro da semplici sequenze di abiti. Lo stilista rivendica la libertà di stigmatizzare il sistema dal suo interno, di mostrarne le aberrazioni. L'uso del disegno, della tipografia, delle frasi a effetto o delle icone pop come lo smile è funzionale alla sua necessità di comunicare. Ecco così una serie di manifesti indossabili – “Ideal dress = No stress & No dress?”, “Love has no colors”, “You can't judge a girl by her clothes”, “In love we trust!”, “Dreams can come true” – che irrompono anche nella grande vetrina del negozio milanese in via Durini, a pochi passi da San Babila, trasformata in monito tridimensionale, scena per parate di manichini manifestanti². Moschino non è solo un insider critico del fashion system e delle sue vittime ma anche un protagonista consapevole che per la moda, vista la sua pervasività, è arrivato il momento di assumersi la responsabilità di indirizzare l'attenzione verso i temi fondamentali dell'ecologia, della difesa dei deboli, della tutela delle differenze. In un'intervista a Corrado Levi in occasione della mostra *X anni di kaos!* alla Permanente di Milano nel 1993, Moschino si esprime così: “io non credo assolutamente che esista una legge di buon gusto, ma che esista un gusto, il proprio, il messaggio che mandiamo e il nostro non è quello dei vestiti, insomma i vestiti non sono molto importanti, se considero la moda un'arte maggiore o minore... considero la moda... non considero la moda, figurati se la considero un'arte... body art se vuoi”³. Manifesto. Messaggio. Parte integrante della sua moda, e allo stesso tempo commento, nota in contrasto. Con la consapevolezza che è il linguaggio il reale anticorpo del sistema. Lui che aveva studiato arte, che era un disegnatore straordinario (aveva iniziato a lavorare facendo i figurini per Gianni Versace), sicuramente conosceva l'arte concettuale e la poesia visiva. Ho pensato alla poesia visiva riconsiderando oggi il suo lavoro e ho trovato in un passo di Luciano

di Maria Luisa Frisia

Codice Archivio
001.019

Ori nel catalogo di una mostra inaugurata a Firenze a fine 1979 parole utili per interpretare anche i montaggi verbo-visivo-vestimentari di Moschino: “È una fase di scontro aperto, nel quale la Poesia visiva attua una vera e propria guerriglia semiologica: spiazza messaggi e significati, li ribalta, li cambia di segno. In pratica ne scompone i materiali iconico verbali per ricomporli in messaggi e significati opposti e diversi”⁴. Moschino è stato capace di realizzare questo con la moda. Guascone e vorace, è riuscito a fare cose che ai nostri occhi rivelano oggi tutta la forza innovativa di un progetto che andava ben oltre la moda corrente, il prêt-à-porter protagonista di quei controversi anni in cui, con tutti i suoi chiaroscuri, si affermava il concetto di made in Italy. Moschino fa emergere la qualità intellettuale del suo lavoro. Il suo stile è uno statuto di libertà interpretativa. Una fuga da tutto: dalla trappola delle stagioni-collezioni, dalla mitologia dell'originale, dai canoni stilistici. Tutto torna nel suo fantastico carosello. In questa fantasmagoria il perfetto tailleur di Chanel diventa il punto di partenza per infinite variazioni. Ma insieme ci sono l'ecologia, la difesa degli animali, la compassione per i bambini malati, la campagna contro l'AIDS. Lui, con indosso una parrucca alla Marilyn, si fa fotografare sorridente per una sua campagna pubblicitaria. Poi “It's all so simple”, scrive su un definitivo abito a trapezio bianco.

- Note
- 1 Mauro Foroni, “La ricetta”, in Franco Moschino e Lida Castelli (a cura di), *X anni di kaos!* (Milano: Lybra Immagine, 1993), p. 62.
 - 2 “L'apertura della prima boutique in via Sant'Andrea a Milano, fornisce a Franco Moschino un ulteriore, formidabile strumento di comunicazione: la vetrina. È uno spazio profondo come una stanza. Il pavimento bianco e nero, come filo diretto di collegamento con gli ambienti della boutique, ha lo stesso motivo a scacchiera che già connota gli interni dello showroom e dello studio”. Mariuccia Casadio in *? Moschino* (Milano: Skira, 2001).
 - 3 Corrado Levi, “Franco Moschino”, in *Flash Art*, n. 181, 1994, p. 103.
 - 4 Luciano Ori in *La poesia visiva (1963-1979)* (Firenze: Vallecchi, 1979), p. 10.



01/05



02/05



03/05



04/05



05/05

- 01 La vetrina “Stop the fashion system”, febbraio 1990. Fotografia di Stefano Pandini. Da “? Moschino” (Milano: Skira, 2001).
- 02 A destra, la vetrina “For fashion victims only”, gennaio 1994. Fotografia di Stefano Pandini. Da “? Moschino” (Milano: Skira, 2001).

- 03 Collezione primavera/estate 1991, dettaglio. Collezione autunno/inverno 1993-94, dettaglio. Da “X anni di kaos! 1983-1993” (Milano: Lybra Immagine, 1993).

- 04 Disegni di Franco Moschino. A destra, disegno per la mostra *L'abito oltre la moda*, Venezia, Palazzo Fortuny, 1991. Da “X anni di kaos! 1983-1993” (Milano: Lybra Immagine, 1993).

- 05 La vetrina “Muro di Berlino”, novembre 1989, dettaglio. Da “X anni di kaos! 1983-1993” (Milano: Lybra Immagine, 1993).

Tutte le immagini Courtesy Moschino.

Maria Luisa Frisia, critico e curatore, è professore ordinario all'Università Iuav di Venezia, dove dirige il corso di laurea in Design della moda e Arti Multimediali. Fra le pubblicazioni recenti: *Le forme della moda* (Il Mulino, 2015), *Desire and Discipline: Designing Fashion at Iuav* (Marsilio, 2016). Tra i progetti più recenti: la mostra e il libro *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001* (Milano, Palazzo Reale, 2018), la mostra e il libro *Memos. A proposito della moda in questo millennio* (Milano, Museo Poldi Pezzoli, 2020).

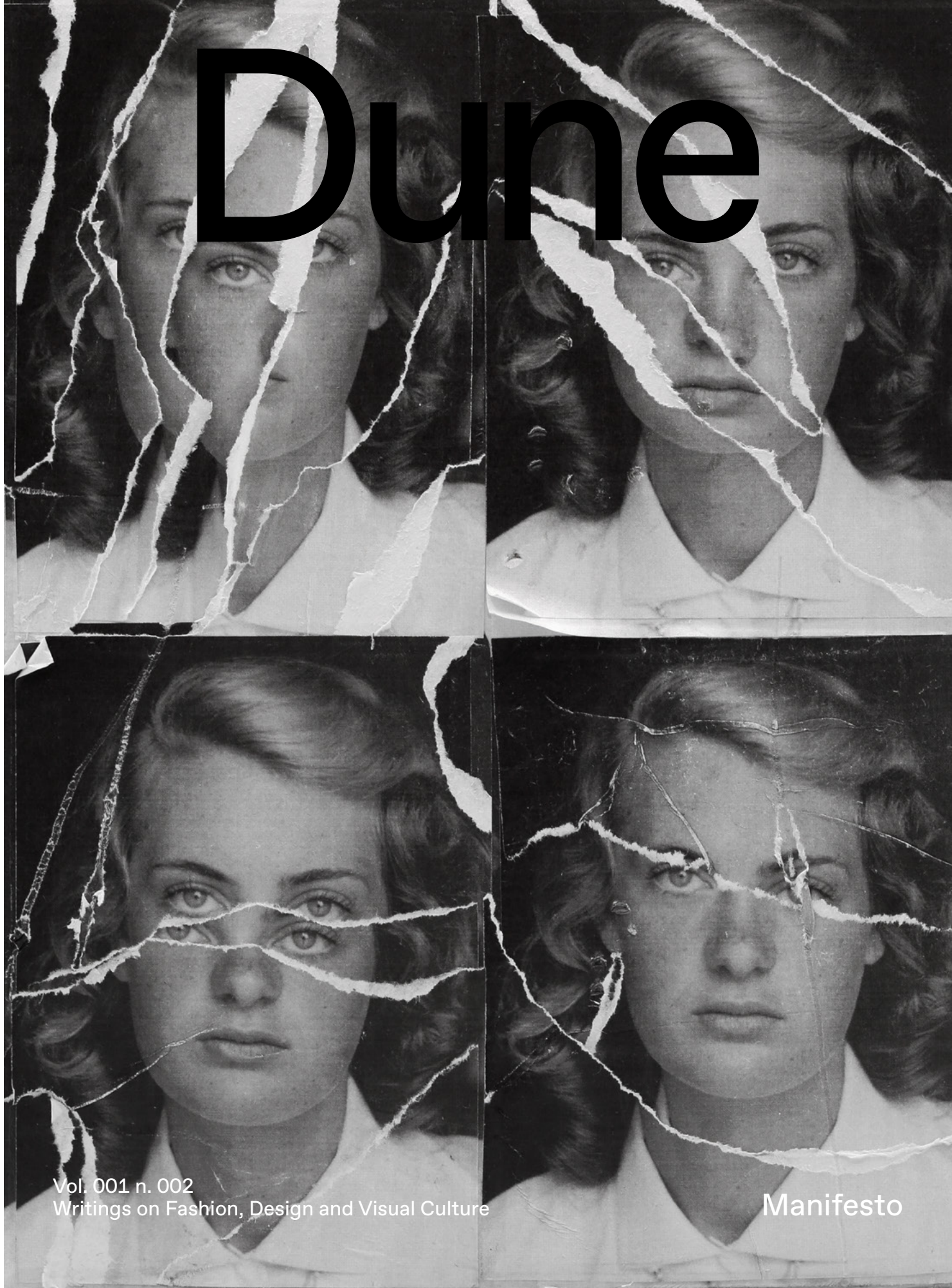


Dune

Writings on Fashion, Design and Visual Culture: Manifesto

Flash Art

ISSN: 0000-0000
Price: 20 Euro



Dune

Vol. 001 n. 002
Writings on Fashion, Design and Visual Culture

Manifesto

A solid orange vertical bar occupies the left side of the image, extending from the top to the bottom.

Dune

I Università luav
- - - di Venezia
U
- - -
A
- - -
V

Dune
Writings on Fashion, Design and Visual Culture
Vol. 001 n. 002, November 2020
biannual journal

Scritture su moda, progetto e cultura visuale
Vol. 001 n. 002, novembre 2020
semestrale

Editor in Chief/Direttore
Maria Luisa Frisa

Editor/Caporedattore
Saul Marcadent

Segreteria di redazione/Editorial assistant
Elena Fava

Editorial Board/Comitato editoriale
Giorgio Camuffo
Elisabetta Cianfanelli
Piero Di Biase
Riccardo Dirindin
Marta Franceschini
Alberto Moreu
Gabriele Monti
Marco Pecorari
Manuela Soldi

Scientific Committee/Comitato scientifico
Miren Arzalluz, Palais Galliera, Paris
Paola Bertola, Politecnico di Milano
Manuel Blanco, Universidad Politécnica de Madrid
Paul Boudens, graphic designer
Silvia Calderoni, performer
Bruno Ceschel, University of the Arts London
Judith Clark, London College of Fashion
Paola Colaiacomo, fashion scholar
Giovanni Corbellini, Politecnico di Torino
Milovan Farronato, Fiorucci Art Trust, London
Elke Gaugele, Akademie der Bildenden Kunst
Francesca Granata, Parsons School of Design New York
Stefano Graziani, photographer
Alistair O'Neill, Central Saint Martins College, London
Patrizia Ranzo, Seconda Università degli Studi di Napoli
Stefano Tonchi, L'Officiel
Paolo Volonté, Politecnico di Milano
Louise Wallenberg, Stockholm University

Graphic Design/Progetto grafico
Think Work Observe, t-wo.it

Image Sourcing and Licensing
Elena Fava

Translations and Copyediting/Traduzioni e copyediting
Christopher Huw Evans
Lucian Comoy/Language Consulting Congressi srl

Donors
Nicoletta Fiorucci, Fiorucci Art Trust
Matteo Mantellassi, Manteco

Flash Art

Publishers/Editori
Gea Politi
Cristiano Seganfreddo

Editorial Coordination
/Coordinamento editoriale
Eleonora Milani

Image Sourcing and Licensing
Marta Zanoni

Translations and Copyediting
/Traduzioni e copyediting
Teresa Albanese

Proofreading
Jordan Kelly
Marta Zanoni

www.flash---art.it
www.flash---art.com

Info: dune@iuav.it
Instagram: [@dunejournal](https://www.instagram.com/dunejournal)

On cover/In copertina
Kensuke Koike, *Forever Mine*, 2020. Layered prints.
Courtesy and © Kensuke Koike.
Special project conceived for Dune Journal.

Kensuke Koike, *Forever Mine*, 2020. Stampe a strati.
Courtesy e © Kensuke Koike.
Progetto speciale per Dune Journal.

Thanks to/Grazie a
Aldo Aymonino, Fernanda De Maio, Alberto Ferlenga,
Laura Fregolent, Rossella Jardini, Mario Lupano,
Laura Mariano, Monica Martignon, Andrea Pertoldeo,
Stefano Pandini, Andrea Viliani.

Printed in 2020, the year of the Pandemic by/
Stampato nel 2020, l'anno della Pandemia da
Nava Press, Milano

ISSN: 0000-0000

FLAIR

Fashion Lab Archive
Industry Research

FLAIR Fashion Lab Archive Industry Research is a research Cluster with an aim in verifying and measuring the transdisciplinary nature of fashion and its new variations; the approach favours an Italian point of view, in relation to the dynamics of the global fashion system, analysing both theoretical reflection and design processes considering the peculiarities of the Italian fashion system as design, production and communication. The cluster explicitly refers and reinforces the methods and views of the multifaceted team of researchers at IUAV University of Venice, which has been working on fashion cultures, pursuing fruitful encounters and comparisons with the varied academic, cultural and industrial realities. The Cluster intends to reflect and simultaneously work with the contemporary fashion system, by its nature crossed by rapid changes constantly redefining it. *Dune* is a part of the research cluster FLAIR.

Il cluster FLAIR Fashion Lab Archive Industry Research intende verificare e misurare la natura transdisciplinare della moda, e le sue nuove declinazioni, privilegiando un punto di vista italiano in relazione alle dinamiche del fashion system globale, e un approccio dove la riflessione teorica e la progettazione vengano analizzate considerando le peculiarità del sistema di ideazione, produzione e comunicazione della moda così come si è stato messo a fuoco in Italia. Il cluster esplicita e rafforza, in una dimensione sperimentale, le azioni di ricerca e di valorizzazione che l'articolato gruppo di lavoro attivo all'Università luav di Venezia ha dedicato e continua a dedicare alla moda e alle sue culture, e che intende portare avanti in una dimensione di confronto con le diverse realtà accademiche, culturali, archivistiche e industriali. Il cluster intende riflettere e simultaneamente lavorare con il sistema della moda contemporaneo, per sua natura attraversato da rapidi mutamenti che lo vedono in continua ridefinizione. *Dune* è parte del cluster di ricerca FLAIR.

Dune is a biannual, bilingual academic journal of fashion and visual culture, with open call, welcoming scientific contributions in the field of fashion studies. The title refers to the infamous science fiction novel Frank Herbert published in 1965, and to the film directed by David Lynch in 1984. *Dune* is intended as a space for theoretical, critical and visual examination and presentation of new research. It reflects interests in research, writing methods and theoretical production of the team of the fashion courses at IUAV University of Venice. It is an expression of a precise method and its sensitivity. Each issue is monothematic; the theme is defined by a word or a sentence that permeates contents, focusing on either pivotal figures and circumstances or the unveiling of stories that are not yet well known while giving space to the voice of young authors.

Dune è una rivista accademica di moda e cultura visuale, bilingue (italiano e inglese), semestrale, che accoglie contributi scientifici di studiosi nell'ambito dei fashion studies tramite open call. Il titolo rimanda al romanzo fantascientifico di Frank Herbert, pubblicato nel 1965, e al film diretto da David Lynch nel 1984. *Dune* è intesa come uno spazio per la riflessione teorica e visiva, la critica e l'introduzione di nuove ricerche, e riflette gli interessi di ricerca, le modalità di scrittura e la produzione teorica del gruppo di lavoro dei corsi di laurea in moda dell'Università luav di Venezia. La rivista è espressione di un modo di agire e di una sensibilità. È monotematica, caratterizzata da una parola o da una frase chiave che permea i contenuti, e unisce affondi su figure e storie poco approfondite restituite con le visioni di giovani autori.

6	Editorial		
10	<small>SELF-ANALYSIS 001 . 010</small> We Are All Clitoridian Women by Claire Fontaine	70	<small>PERFORMATIVE WRITINGS 001 . 015</small> Here Is Never Where It Was Yesterday by Silvia Calderoni with a visual contribution by Giulio Testi
18	<small>ESSAYS 001 . 011</small> In Praise of Maintenance: Reading Mierle Laderman Ukeles’s Manifesto in 2020 by Stella Bottai	78	<small>ESSAYS 001 . 016</small> As the Words Are Touching Us: Reconsidering Some “No Manifestos” in Light of the Present Pandemic by Elisa Frasson
38	<small>CHRONICLES 001 . 012</small> “Le mourant doit sourire et même, s’il y arrive, rire”: Hervé Guibert’s <i>La Pudeur ou l’Impudeur</i> as a Manifesto of the Dying Body by Michele Maltauro	90	<small>CHRONICLES 001 . 017</small> Cinzia Ruggeri’s New Man by Elena Fava
50	<small>ESSAYS 001 . 013</small> The Immanence of Images. Viruses, Real Worlds, New Neo-Realisms by Carmelo Marabello	96	<small>ESSAYS 001 . 018</small> Disciplined Clothes and Educated Gestures: On Dressing and Walking as a Manifesto of Emergency Between Science Fiction and Reality by Anna Franceschini
58	<small>ESSAYS 001 . 014</small> Power Suit. Men’s Fashion as Avant-Garde Manifesto by Matteo Billeri	108	<small>STUDIES 001 . 019</small> Moschino: To Be or Not To Be, That’s Fashion by Maria Luisa Frisa
		114	<small>ESSAYS 001 . 020</small> The Art of Raising Images. An Unpublished Preface by Paolo Beni, “in lode de’ Ricami” (1607) by Stefano Tomassini
		28	<small>ESSAYS 001 . 021</small> Producing and Communicating: Manifestos of the Contemporary Made in Italy Trademark by Edoardo Brunello
		140	<small>PERFORMATIVE WRITINGS 001 . 022</small> “Je est un autre” by Jacopo Miliani
		144	Call for Papers
		145	Reader